nv
Ediciones
Nueva Visión

Sociología del arte

A. Silbermann, P. Bourdieu,
R. L. Brown, R. Clausse, V. Karbusicky,
H. O. Luthe, B. Watson

A. Silbermann y otros: Sociología del arte

Colección Teoría e investigación en ciencias sociales
Dirigida por José Sazbón

A. Silbermann, P. Bourdieu,
R. L. Brown, R. Clausse, V. Karbusicky,
H. O. Luthe, B. Watson

Sociología del arte

Ediciones Nueva Visión
Buenos Aires

Título del original francés: *Les arts dans la société*

Fuente

Revue Internationale des Sciences Sociales / International Social Science Journal
UNESCO, vol. XX, nº 4, 1968

Alphons Silbermann, "Introduction: Situation et vocation de la sociologie de l'art".
Traducción de Raquel Puszkin.

Pierre Bourdieu, "Éléments d'une théorie sociologique de la perception artistique".
Traducción de Violeta Guyot.

Roger L. Brown, "Le processus de création dans la culture de masse".
Traducción de Jorge Giacobbe.

Roger Clausse, "Le grand public aux prises avec la communication de masse".
Traducción de Carlos López Iglesias.

Vladimir Karbusicky, "L'intéraction réalité - oeuvre d'art - société".
Traducción de Carlos Altamirano.

Heinz Otto Luthe, "La musique enregistrée et l'industrie du disque".
Traducción de Jorge Pérez.

Bruce Watson, "Les publics d'art".
Traducción de Marta Lombardelli.

Queda hecho el depósito que previene la ley 11723

Viamonte 494, Buenos Aires, Rep. Argentina
Impreso en la Argentina / Printed in Argentina

Alphons Silbermann

Introducción

Situación y vocación de la sociología del arte

Hasta hace muy poco se ignoraba la existencia de una sociología del arte, y no resultaba fácil imaginar que el estudio sociológico del conjunto de las formas artísticas pudiera constituir un ámbito autónomo de las ciencias sociales; en la actualidad, sin embargo, son cada vez más los sociólogos que se dedican a esta rama de una disciplina en plena expansión. Ha nacido una sociología del arte cuyo objeto es, según los casos, la literatura o la música, el teatro o la pintura; se han creado centros de sociología del arte, materia que se estudia en cursos universitarios; toda reunión, todo congreso que trata problemas del arte considera imprescindible incorporar a su programa un tema referente a esta disciplina, mientras vemos, por otro lado, que en las librerías se multiplican las obras de todo tipo dedicadas a ella. En una palabra, se puede decir que la sociología del arte ha adquirido derecho de ciudadanía.

Sin duda, es un motivo para congratularse, pero tal evolución plantea dos problemas que, mediata o inmediatamente, se refieren a los fundamentos de la sociología del arte en su carácter de rama autónoma de la ciencia. El primero es el del lugar que ocupan las sociologías de las diferentes formas de arte en las ciencias correspondientes, es decir en las ciencias que tratan de la literatura, de la música, del teatro o de las artes plásticas; en este caso, el objetivo principal de la discusión consiste en saber si la sociología del arte debe ser considerada como una disciplina realmente independiente o como un simple auxiliar. El segundo problema es el de determinar dónde y cómo puede incorporarse la sociología del arte en el cuadro de conjunto de la sociología para no encontrarse relegada a una situación incómodamente marginal.

Los dos problemas mantienen entre sí una estrecha lógica, pues si no existiera una ciencia de la literatura o una ciencia de la música, por ejemplo, tampoco habría una sociología de la literatura o una sociología de la música. Así pues, no podemos evocar la evolución de la sociología de la literatura sin aludir a las ideas de Madame de Staël, [1] ni hablar de sociología de la música sin referirnos a Amiot [2] o a Kiesewetter, [3] ni abstenernos de citar a Vasari [4] en el dominio de las artes plásticas, etcétera.

Estamos, pues, obligados a tratar estos problemas conjuntamente, sobre todo en la medida en que este estudio liminar se propone esencialmente introducir en el desarrollo de la sociología del arte cierta sistematización sin la cual sería ciertamente difícil a la larga captar la significación de esta disciplina, percibir su finalidad, comprender sus métodos de investigación infinitamente diversos, y medir los resultados alcanzados. Lo que prueba que toda ciencia, para desarrollarse, debe apoyarse sobre bases múltiples, experimentadas o no, teóricas y prácticas, conceptuales y empíricas, si no quiere morir de muerte precoz en medio de los vahos de incienso de una autosatisfacción estéril.

Tal es, pues, la tentativa de sistematización que acometemos aquí, sin pretender, desde luego, seguir en todo su desarrollo cada ramificación del problema. Por otra parte, apenas se podría exigir al autor, que está "en el juego" y que se esfuerza desde hace años en realizar una modesta contribución al desenvolvimiento de la disciplina considerada, que renuncie a todo espíritu crítico. Su adhesión a la sociología positiva lo conducirá a veces a actuar con cierta reserva, es decir a no prestarse a empresas que tienden a imponer a toda costa la hegemonía científica de ciertas concepciones. Escribir, por ejemplo, "la justificación y el desarrollo de la sociología de la música dependen de la medida en que ésta sepa adaptar sus métodos y su lenguaje al campo propio de la música misma (evitando, por ejemplo, calificar a Bach de productor que compone para consumidores)", [5] o "un enfoque sociológico del arte actual sólo podría ser plenamente válido si parte del estudio de las artes del pasado, y recíprocamente", [6] es demostrar claramente una preocupación mayor por conservar la tradición que por seguir el progreso del pensamiento.

Por lo demás, las ciencias que tienen por objeto el estudio general de la música, de las artes plásticas o de la literatura, en sus investigaciones sobre las estructuras fundamentales de las unidades de significación, las funciones de simbolización de la obra literaria, etcétera, no son las únicas en afirmar ciertos derechos de precedencia, que —apresurémonos a advertirlo— se basan, en parte, en la

confusión de ideas que orientó a veces la reflexión sobre este tema, como lo muestra, por ejemplo, el siguiente pasaje: "de todos modos, la sociología de la música sólo hallará realmente su propio método cuando deje de considerarse como un caso al que puede aplicarse el simbolismo matemático y lingüístico, considerado, erróneamente, como el criterio de toda forma de expresión". [7]

La sociología del arte sobresalta también a muchos sociólogos por la ambigüedad que creen encontrar, a primera vista, en la unión entre formas artísticas y sociología, entre ciencias del arte y ciencias de la sociedad. Por esa razón, hasta hace muy poco los tratados y manuales de sociología la ignoraban, [8] o bien se descartaba sumariamente la idea misma de un estudio sociológico de las artes con una frase como ésta: "Las artes constituyen, en definitiva, el menos importante y el más variable de los elementos que entran en la cultura social". [9] Incluso una obra más reciente, y que pretende ser exhaustiva, como el voluminoso *Tratado de sociología* de Georges Gurvitch, [10] dedica menos de una página a la sociología de la música y presenta la sociología de las demás artes principalmente como una mezcla de etnología y de filosofía.

Pero dejemos estas lamentables negligencias, que disculparemos atribuyéndolas a falta de información, y volvamos a nuestro verdadero proyecto: ofrecer una visión sistemática sucinta —aunque algo incompleta, a causa del marco estrecho que nos asignamos— de las orientaciones que siguen las diferentes escuelas de pensamiento que se interesan en la sociología del arte, trabajan en su desarrollo teórico y le suministran aplicaciones prácticas y bases metodológicas. Para ello, importa ante todo esbozar a grandes rasgos el lugar que ocupa la sociología del arte en la sociología general.

En el mencionado *Tratado* del sociólogo francés Georges Gurvitch, así como en otros autores, las sociologías de la música, del lenguaje, de la literatura, de las artes plásticas, de la religión, etcétera, son estudiadas como problemas pertenecientes a la "sociología de las obras de civilización", nuevo término con el que Gurvitch designa lo que antes llamaba "la sociología del espíritu". [11]

Aunque Gurvitch afirme, a este respecto, que "la sociología del espíritu no tiene ninguna pretensión imperialista; no pretende reemplazar a la filosofía; pero, progresivamente, obligará a esta última a tener en cuenta a la vecina sociología, y a la obra que ésta realiza", [12] no podemos eliminar una duda, sobre todo después de conocer otros trabajos del autor [13] y de un discípulo suyo: [14] ¿no conducirá esta división —riesgo muchas veces señalado— a apartarse de la realidad? Por otra parte, como lo indica la expresión misma "sociología del espíritu", este enfoque trata las diferentes formas de arte como actividades del espíritu individual o social, sin distinción alguna, lo que hace que no sólo se las prive del carácter particular propio de cada una, sino además —y esto nos parece muy discutible— que se las asimile a muchas otras actividades del mismo orden; pero es evidente que no cabría reducir todas las actividades individuales o sociales del espíritu a un denominador común, sea en términos psicológicos, sociológicos, afectivos, conceptuales, temporales o aun fisiológicos.

Este resultado penoso de una confusión debida principalmente a una concepción doctrinal de la sociedad surge asimismo con mucha claridad de la lectura del estudio redactado para el *Lehrbuch der Soziologie*, publicado bajo la dirección de Godfried Heisermann, por el sociólogo Paul Honigsheim, que se ha hecho acreedor a grandes merecimientos, particularmente en el campo de la sociología de la música. [15] Allí encontramos, a grandes rasgos, una presentación conjunta de la sociología de las artes plásticas, de la sociología de la música y de la sociología de la literatura, y los hechos presentados y la argumentación desarrollada oscilan entre la historia social y un enfoque religioso o simbólico del arte. Este texto de Honigsheim —como otros que dedicó al mismo tema— [16] es, no obstante, ejemplar en la medida en que el autor toma distancia respecto de las construcciones filosóficas, lo que hace expresamente al concluir en estos términos: "en efecto, aquí no se trata de filosofía del arte, sino de un ensayo de sociología del arte, de la música y de la literatura". [17]

Otro modo de generalización de la sociología del arte consiste en clasificarla dentro de esa rama conocida con

el nombre de "sociología del conocimiento", cuyo objeto es "poner en evidencia el tipo de pensamiento humano correspondiente a tal o cual época", [18] o también —según una definición más directamente referida al objeto que nos ocupa, y vinculada a la concepción de Karl Mannheim— "establecer la correlación que existe entre 'puntos de vista' filosóficos, intelectuales, por un lado, y 'corrientes' sociales reales, por el otro". [19] Estas fórmulas están hechas para complacer a todo aquel que no vea en el arte más que un pensamiento y una acción independientes uno de otra. Una lectura atenta de Mannheim [20] y de otros autores que, sin decirlo explícitamente, se refieren a su pensamiento y a la sociología del conocimiento, [21] muestra que esa concepción encuentra su expresión más acabada en la busca de un ideal democrático elevado de la cultura capaz de reemplazar el ideal humanista; en efecto, como ha dicho H. J. Lieber, los trabajos de Mannheim atestiguan que "la noción fundamental de 'autosuficiencia' (*Seinsverbundenheit*) del saber ha suministrado los elementos de un método particular de conocimiento de la naturaleza y de las leyes de la vida del espíritu". [22] Pero también es cierto que en sus aplicaciones más primarias las mismas concepciones inspiran proyectos ingenuos que a menudo, siguiendo la moda, bajo el título de sociología del arte acumulan una junto a otra, y sobre todo con arbitrariedad, consideraciones sociológicas, morfológicas y estéticas, para llegar a este absurdo: elaborar la teoría de la sociedad partiendo únicamente de elementos del arte.

La sociología del espíritu, del mismo modo que la sociología del conocimiento, en sus diferentes versiones, engendra inevitablemente un modo de pensamiento *a priori* que no puede ser avalado por una sociología del arte de orientación empírica. En efecto, ésta entiende proceder con arreglo a los mismo principios de la sociología general: observación de los hechos, generalizaciones fundadas sobre los resultados del análisis de los hechos; teoría explicativa general; en oposición con lo experimentado, con lo metafísico y aun con lo imaginario (adonde nos conducen fácilmente las artes), lo real debe en todas las circunstancias constituir la ley suprema. Ahora bien, las dos es-

cuelas de pensamiento a que nos referimos apenas pueden satisfacer estas condiciones, a menos que la sociología del conocimiento se amplíe hasta convertirse en "un ámbito complejo de investigación que utiliza métodos y técnicas sociológicas modernas y ocupa un lugar firme y claramente delimitado, respecto de la lógica, en una teoría general del conocimiento y de la ciencia". [23]

Debemos considerar ahora si la noción de "sociología de la cultura" nos permite clasificar a la sociología del arte satisfactoriamente, sobre todo si pensamos que en la sociología moderna el concepto de "cultura" no engloba solamente el teatro, la pintura, la literatura y la música, sino también todos los modelos de conducta y los tipos de formación que se adquieren y transmiten socialmente. A causa de esa extensión, la acepción que se da al término cultura en numerosos contextos es a menudo extremadamente vaga y oscura; pero esta imprecisión no debería constituir un obstáculo en el plano en que nos situamos, pues nadie pone en duda que las diferentes formas o expresiones del arte sean elementos *sui generis* de la cultura y forman parte de ella, ya se tome el término cultura en su sentido estricto o en su sentido amplio.

El inconveniente que hay, si queremos incorporar la sociología del arte a esa disciplina, [24] es que el nombre "sociología de la cultura" lleva fácilmente a otorgar una importancia particular al aspecto histórico, como se ve por ejemplo en Pieter Jan Bouman (por no citar más que una obra de este género). [25] La razón de esto es que, cuando pensadores notables como Alfred Weber o A. J. Toynbee hacen sociología de la cultura situándose en el punto de vista histórico que les es habitual, dan a la palabra cultura el sentido de civilización. Cultura, civilización: la ambivalencia de estos términos puede conducir, como se comprueba en André Malraux, [26] a prodigiosas confusiones y, sobre todo, a un pensamiento no positivo, ideológico, como el que Toynbee, siguiendo a Oswald Spengler, no ha dejado de desarrollar.

Otra objeción, bastante frecuente, la suscita el examen de ciertas aplicaciones prácticas de la sociología de la cultura al arte: mencionemos a este respecto la *Sociología*

del renacimiento, de Alfred von Martin, [27] la *Florentine painting and its social background,* de Frederic Antal, [28] el *Commonwealth of art,* de Curt Sachs, [29] o la *Historia social de la literatura y el arte,* de Arnold Hauser, [30] por no citar más que algunos ejemplos. Esos trabajos, como otros del mismo tipo, no sólo se esfuerzan por situar los diferentes movimientos artísticos dentro de su propio marco, sino también por desarrollar su significación a partir de esa situación particular, ya se trate de la música, de la literatura o de las artes plásticas; todos ellos dan prueba de una voluntad deliberada de salir de los límites de una historia social de tipo primitivo —revestida erróneamente del título de sociología del arte— [31] y de ver, en lo que antes sólo aparecía como un trasfondo social para el conocimiento de la vida social de la obra y del artista. Esto constituye sin duda un progreso, si pensamos que "todas las aventuras individuales se fundan en una realidad más compleja, la de lo social, una realidad 'entrecruzada', como dice la sociología". [32]

Sin subestimar el interés que presentan, se puede objetar a consideraciones de ese orden que "el desarrollo de la sociología como ciencia tiene como condición una separación cada vez más clara y profunda entre ella y esa clase de filosofía de la historia" [33] y, más generalmente, entre la sociología y el pasado: en efecto, sin esa separación tanto el presente como el futuro —dimensión necesaria de la existencia —corren el riesgo de no poder expresarse de una manera apropiada. Aun en los escritores de arte anglosajones, cuya orientación es sociológica, llama la atención el predominio de los trabajos consagrados a la elaboración de una sociología del arte del pasado. [34] Parece evidente que este interés en nada responde a la función propia de la sociología. Ésta —y, por consiguiente, la misma sociología del arte— debe cumplir una doble tarea si quiere adquirir el derecho a la existencia: por un lado, analizar los procesos del comportamiento humano, en particular sus estructuras y sus variaciones; por otro, definir normas que permitan una acción práctica.

Frente a una tarea de tan vastos alcances, el concepto de una "sociología de la cultura", que abarcaría a la so-

ciología del arte, parece demasiado estrecho, como lo confirma la denominación de "ciencia de los aspectos sociales de la vida cultural" que también se le ha dado [35] y que traduce una concepción frecuente expresada bajo la influencia de la bien conocida obra de J. M. Guyau, *L'art du point de vue sociologique.* [36]

Las causas de las limitaciones que se impone de este modo a sí misma la sociología de la cultura tal como la representan aún en nuestros días, dentro de la orientación de Wilhelm Dilthey, autores como Hans Freyer, [37] Arnold Gehlen, [38] Marcel Belvianes, [39] Pierre Francastel [40] y otros, deben buscarse en lo que se puede llamar con justicia la historia social del arte, presentada frecuentemente bajo la apariencia engañosa de una sociología del arte.

Si se definiera, por ejemplo, a la sociología de la música con una fórmula tan vaga y científicamente tan elástica como "la ciencia de las conexiones entre la música y la sociedad", [41] resultaría del término mismo "conexión" que esa rama de la sociología del arte es más que una sociología de la cultura, que su marco es mucho más amplio, que tal sociología se extiende más allá de los límites de la cultura —hasta incluir a esta última— y que debe ser calificada, por lo menos, como sociología del campo de acción de la cultura.

Dado que "las creaciones objetivas del espíritu nunca deben ser opuestas al acontecimiento social, y sólo pueden ser consideradas en una correlación funcional con él en los campos de acción de la cultura", [42] todo sociólogo animado de pensamiento moderno [43] reconoce actualmente que las artes, así como la economía, el derecho, la religión, el Estado, etcétera, son, en definitiva, la resultante de interconexiones culturales y sociales, lo que estaría demostrado por la diversidad de ángulos bajo los cuales pueden considerarse esos fenómenos: expresiones simbólicas, procesos de comunicación y, en última instancia, procesos sociales. Así, pues —como lo demuestra en este volumen Roger Clausse—, todo pensamiento y toda investigación sociológicos aplicados al arte conducen necesariamente hasta sus campos de acción, y deben englobarlos.

Por eso, precisamente, hablamos de sociología de los

campos de acción de la cultura, sin ocultarnos que la expresión es bastante pesada. Si nos resignamos a emplearla no es sólo porque no hemos podido, hasta ahora, encontrar otra mejor, sino sobre todo porque ella nos permite, por su precisión, ver en la sociología del arte algo más que una simple historia social de las artes o que una estética sociológica.

Ha llegado el momento de plantear francamente una cuestión que incidentalmente fue mencionada en varias oportunidades: la de la historia social del arte (o de las artes) en sus relaciones con la sociología del arte. Esta puntualización parece tanto más necesaria cuanto que la primera ha sido a menudo presentada y preconizada (principalmente por personas no siempre bien informadas) como una forma de la segunda, e incluso como su única forma válida. Ante todo, conviene observar que la importancia de la historia social del arte es, en sí, tan incontestable como la coexistencia y la fecundación recíproca de la historia y de la sociología. Pero nos vemos obligados a rebelarnos cuando nos encontramos con tantos autores e investigaciones, por lo demás muy competentes en sus disciplinas, que se consideran sociólogos del arte, mientras que en realidad son sociólogos de la historia, cuyos esfuerzos tienden, casi siempre, a interpretar los datos sociales de la historia del arte, es decir, los aspectos sociales del pasado, bajo una luz exclusivamente histórica y de ningún modo sociológica; a lo sumo podrían reivindicar el título de historiadores de la cultura, y en todo caso contribuyen en ese carácter al progreso de los conocimientos.

Esta distinción puede parecer a primera vista excesivamente dogmática. No lo es: basta ver a qué ha conducido en el curso del desarrollo de la sociología empírica del arte la pretensión de identificar la historia social del arte con la sociología del arte. En primer lugar, los representantes de esta escuela son los responsables, en gran parte, de la agravación de la confusión que se estableció entre los conceptos de "social" y de "sociológico", ya bastante favorecida por el parentesco lingüístico de ambos términos. Lo notable es que esa confusión aparezca no solamente en los autores franceses, sino también en la lite-

ratura de lengua alemana, aunque muchas veces se haya observado que la expresión "hecho social" [*fait social*], introducida por Durkheim, se traduce en alemán tanto por *soziologischer Tatbestand,* como por *soziale Tatsache,* o incluso por *soziales Phaenomen,* según el contexto. [44] Pero, independientemente de esta ignorancia, muy disculpable, que encontramos incluso en los especialistas, [45] vemos cada vez con mayor frecuencia en los trabajos de historia social, cuando se trata de arte, de artistas, de público artístico, expresiones tales como "el acento sociológico", "el signo de interrogación sociológico" o "la motivación sociológica", por las cuales se demuestra una predilección particular cada vez que suscita dificultades una explicación conveniente de los hechos sociales, o que se juzga oportuno atenerse a prudentes generalidades. En todo esto no hay rastros de un verdadero conocimiento sociológico: se alude a ejemplos históricos, se habla de lucha de clases y de música sin clase, se mezcla a gusto en el análisis literario realidad e ideología, para arribar finalmente, con el pretexto del arte, a la simple propaganda en favor de una determinada doctrina preestablecida, lo que, parece claro, no es el objetivo de la sociología.

Pero existe —y no desde ayer— una historia social de las artes, seria y útil, que pone repetidamente en el centro de sus consideraciones el fenómeno literario, musical y plástico encarado bajo su forma socializada. Dicha historia no se limita a catalogar los acontecimientos artísticos; los muestra y los analiza en su interdependencia con los acontecimientos contemporáneos de carácter general y con los principales fenómenos culturales del momento, mostrando así, gracias a los conocimientos recientemente adquiridos, la manera como fenómenos culturales específicos se han transformado en normas artísticas que, transmitidas como abstracciones, han podido servir más adelante de base a ciertas formas modernas del pensamiento artístico. [46] Pero, suscitadas por esas investigaciones que apuntan al descubrimiento de constantes, aparecen corrientes que, proclamándose sociología del arte, ofrecen de ella una interpretación falsificada. Sus representantes cometen el error de presentar hipótesis inspiradas por re-

sentimientos personales, para llegar finalmente a conclusiones como ésta: "la música, en su función social, es como el estafador que promete fraudulentamente la felicidad y se instala en el lugar de la felicidad misma". [47] Peor aún: se atienen a hipótesis pesimistas de esa especie, sin preocuparse ni de los roles sociales, ni de las estratificaciones sociales ni aun de los cambios sociales, cuyo examen y conocimiento son una exigencia fundamental de todo estudio sociológico. Muchas de estas escuelas de pensamiento sostienen que todo el desarrollo de la historia del arte se explica en términos de relaciones sociales y pretenden —afirmación grotesca —que es posible, ante la simple observación de la producción artística, juzgar sobre la condición económica y social de colectividades enteras. Podríamos citar numerosos ejemplos de la manera como, a partir de tales concepciones, se ha mezclado indiscriminadamente historia, sociología, ética social, pedagogía social, consideraciones epistemológicas y doctrinas económicas, sin la menor consideración por los principios y los métodos sociológicos, lo que da como resultado que se bautice a la historia social con el nombre de sociología del arte, y que las preocupaciones doctrinales y partidarias predominen sobre la realidad objetiva. Pero es ésta la que importa al verdadero sociólogo del arte, quien debe ser, por lo menos en cierta medida, un positivista o, si se quiere, un decidido pragmatista, como se exige justamente del historiador. Y esto también es válido para la historia del arte. En efecto, ya se hable de grupo, por ejemplo, o de institución, de política artística, de economía del arte, de comportamiento, etcétera, siempre se trata de fenómenos que pueden estudiarse tanto desde el punto de vista del sociólogo como del historiador. [48]

Para trazar la línea divisoria entre historia social y sociología del arte (y definir con precisión, al mismo tiempo, la función y los límites de esta última), basta reconocer que los hechos históricos considerados por el investigador y por el observador son de dos órdenes diferentes. La historia social se ocupa de hechos cuyas vinculaciones y correlaciones con el estado social no obedecen a leyes repetitivas, porque resultan de la naturaleza original de

grandes personalidades: las fuerzas que ponen en juego, y su progresión, no son ni constantes ni regulares. En cuanto a la sociología del arte, ésta se interesa —como sociología de los campos de acción de la cultura— por hechos históricos que están regidos por mecanismos de interacción ligados al progreso de la sociedad, que obedecen en su desarrollo —adaptándose a ellas— a fuerzas que esa sociología debe analizar y describir.

Desde luego, la misión de esta disciplina está lejos de limitarse a lo enunciado; no obstante, a este terreno se dirige el esfuerzo de muchos de los más serios sociólogos del arte. Georg Simmel fue uno de los primeros en hacerlo, en lo que se refiere a la sociología de la música, en un texto casi desconocido, publicado en enero de 1887 por la "Zeitschrift für Völkerpsychologie" (vol. 13) con el título de *Estudios psicológicos y etnológicos sobre la música.* En líneas generales, Simmel considera a la música como una expresión de la sustancia de una sociedad, es decir como un aspecto de las relaciones sociales interpersonales, como una forma de las relaciones entre los individuos y los modelos de comunicación que mantienen, estructuran y reestructuran esas relaciones. [49] A partir de una actividad artística determinada —en este caso, la música—, Simmel se esfuerza por ubicarla en el contexto de las relaciones sociales, integrándola al proceso de comunicación, tentativa que prosiguen en la actualidad, bajo formas cada vez más elaboradas, ciertos teóricos contemporáneos de la sociología del arte.

Pero, antes de avanzar, creemos conveniente mencionar la vasta obra de Pitirim A. Sorokin, *Social and cultural dynamics,* [50] en la que hallamos —junto a muchas otras cosas— un intento de examen de las formas y expresiones del arte en relación con otros aspectos de la situación social. En el capítulo 12 de ese tratado, bajo el título de "fluctuaciones de las formas ideativas, sensoriales y mixtas de la música", y también en el capítulo 40 de su obra de síntesis *Sociedad, cultura y personalidad,* [51] donde resume sus opiniones bajo el título de "crecimiento, fluctuaciones y declinación de las principales formas de arte", Sorokin se dedica a definir estas formas y a estudiar —lo

que aquí nos interesa particularmente —las variaciones de los principales estilos en el tiempo y en el espacio. Subrayando que su propósito no es hacer la historia de las culturas, sino elaborar una sociología de su evolución,[52] Sorokin insiste sobre la importancia del papel del medio social en el proceso de creación y sobre la interdependencia de los procesos sociales y de las formas artísticas. No obstante, se preocupó sobre todo por integrar su teoría —por lo demás, muy discutida— de los cuatro principales tipos de fenómenos artísticos (sensoriales, ideativos, idealistas y eclécticos) con sus variantes en su sistema de sociología general, que ahora no tenemos oportunidad de discutir. Digamos solamente que Klaus Peter Etzkorn tuvo razón al escribir que los trabajos sistemáticos de Sorokin han "marcado una etapa en el estudio sociológico de la música", porque "se preocupa por los problemas que plantea el análisis de la integración cultural y social de los sistemas sociales".[53]

A partir de Simmel, pasando por Sorokin y otros, la sociología del arte tendió cada vez más a encarar los fenómenos artísticos dentro del marco de las relaciones sociales, es decir en términos propiamente sociológicos. Al no haber ninguna evolución inversa, o paralela, esa orientación progresiva de la investigación —desde el arte considerado en su esencia y su significación inmanente hasta el arte considerado en el contexto social— condujo a autores de inspiración principalmente filosófica, como Georg Lukács y Lucien Goldmann, Walter Benjamin y Theodor W. Adorno, Etienne Souriau, Arnold Gehlen, o Jean Cassou, por citar sólo algunos nombres,[54] a ver una antinomia entre, por un lado, el arte y la personalidad, y por otro, el consumo artístico y la sociedad existente, en constante evolución. Muy a menudo se intentó superar esa antinomia volviendo a la sociología considerada como crítica social, es decir a una crítica de la cultura de la que se podría decir, sin temor a equivocarnos, que se apoya en el testimonio de ciertos "profetas de ayer",[55] tales como Friedrich Hegel, Gustave Le Bon, Karl Marx, Ortega y Gasset y Sigmund Freud. La preocupación que éstos tenían de llevar el análisis hasta el nivel del contexto social, pero sin

trascenderlo, obligó a los representantes de esta tendencia a renunciar a las exigencias de una metodología sociológica esencialmente concreta, que suprime todo juicio de valor, y a apelar a los medios del pensamiento filosófico para sondear y explicar la obra de arte desde el ángulo de la crítica cultural.[56] Pero como, de todos modos, no olvidaron que la obra de arte no existe más que en el efecto que deriva de su esencia, se vieron constreñidos a volver a un enfoque que tuviera por objeto el estudio de la esencia de la obra de arte, tanto más cuanto que consideran su tarea principal descubrir, mediante un esfuerzo concomitante paralelo al de la crítica de la cultura, normas que permitan determinar la esencia de la obra de arte y su efecto.

El sociólogo puede suscribir esta tendencia, en la medida en que corresponde al pensamiento filosófico localizar, en términos dogmáticos o críticos, psicológicos o sociológicos, el punto a partir del cual una obra creativa adquiere forma de arte y reviste, así, como arte, una existencia duradera. De este modo, sólo nos limitamos a señalar lo que, antes que nosotros, han afirmado muchos sociólogos notables: que la sociología y la filosofía no son hermanas enemigas: que la filosofía social —pues justamente se trata en este caso de ese enfoque de los fenómenos que corresponden a la sociología del arte— debe ejercitar su fuerza crítica y la sociología empírica sacar partido de su aporte.

Lo mismo sucede en el campo de la sociología del arte, como lo prueba el hecho de que, tratándose del aspecto recién aludido, correspondió a un filósofo, John Dewey, el mérito de haber centrado sus reflexiones —particularmente en *Art as Experience*—[57] en el concepto de "significación inmanente del arte". Al hacer esto, Dewey, seguido por muchos autores,[58] se apartó de una concepción del arte que pretende que la sociedad sea capaz de reconocer los rasgos distintivos del objeto estético considerándolo en sí mismo, sin referirse a la experiencia estética anterior. Una estricta distinción entre, por un lado, simple reconocimiento, y, por otro, reacciones, nos acerca al punto de vista sociológico. En efecto, si se admite que lo social

no puede existir en sí y por sí sino en reacciones de comunicación expresiva, la comunicación aparece como el fundamento de la obra de arte y no ya como un simple elemento accesorio, una especie de depósito sedimentario. Dicho de otro modo: no se puede separar y considerar aisladamente el arte y el esfuerzo, el arte y la naturaleza, y menos aún el arte y toda vivencia humana normal.

Prácticamente, esto significa que, cuando se estudia en términos sociológicos a los artistas y sus obras, [59] es importante distinguir bien, en primer lugar entre el patrimonio instintivo —la naturaleza propia del creador artístico —y el desarrollo sociocultural de su personalidad, es decir las adquisiciones debidas a la educación, debiéndose decidir en ese caso cuál de los dos elementos es determinante. Si, para Dewey, el instinto es ciertamente predominante desde el punto de vista biológico, mientras que, en cambio, desde el punto de vista sociológico lo predominante son los "hábitos", que relegan al instinto a una posición secundaria ("en el comportamiento lo adquirido constituye lo original", escribió Dewey), los sociólogos del arte que reivindican la filosofía social eliminan *a priori* la comunicación. Citemos, a título de ejemplo, esa opinión de Theodor W. Adorno según la cual la tarea esencial de una sociología de la música es "el desciframiento social de la música misma", [60] siendo preciso para lograrlo, afirma este autor, ante todo hacerla "estallar desde adentro". Pero, al mismo tiempo que se relega a un segundo plano la comunicación, se rechaza también las adquisiciones debidas a la educación, que vibran a través de ella. Estas conclusiones, que nos parecen contradictorias, se originan sin duda en el hecho de que, incluso en los casos en que la reflexión está centrada, como en Dewey, en la significación inmanente de la obra de arte, o, como en Lucien Goldman y otros autores que comparten sus concepciones, en el "estructuralismo genético" de la obra de arte (lo que, en definitiva, equivale a lo mismo), el razonamiento permanece dominado por la idea de que el arte obedece a las leyes de la conciencia humana, lo que restablece la primacía del instinto o del espíritu (espíritu "en sí" o espíritu "para sí"). Decir que "la interpretación sociológica de la

música es más rigurosamente posible en la medida en que ésta sea de un nivel más alto" [61] no es solamente formular una proposición que para un empirista es contradictoria, ya que, en primer lugar, da por supuesto que los fenómenos "música", "literatura" o "pintura" —en una palabra: el fenómeno "arte", que no es en sí un proceso social— pueden interpretarse en términos sociológicos, y en segundo lugar subordina la oportunidad de una interpretación sociológica a un juicio de valor perentorio; es, además, magnificar indebidamente el "espíritu", prohibiéndose examinar y juzgar la obra de arte de otro modo que mediante una abstracción de la influencia que ésta ejerce y, sobre todo, de los elementos que han influido en ella. No es que se ignoren esos dos campos de acción (acción ejercida sobre y por la obra de arte): para atenernos a los mismos autores, el medio en cuestión es siempre, en Adorno, la sociedad capitalista burguesa, y, en Goldmann, el jansenismo [62] y la sociedad marxista; pero no se los considera como procesos sociales en permanente evolución, sino como categorías estáticas que se han metamorfoseado en "art' facts". Es una posición comprensible si se admite que, para hablar francamente, los representantes de esta tendencia de la sociología del arte se preocupan menos por poner de manifiesto la inmanencia que por extraer de la obra de arte una enseñanza sobre el hombre y la sociedad.

Sin embargo, no hay que olvidar que, después de todo, no cabría deducir la sociedad a partir del arte, ni decidir ex-cathedra lo que debe ocupar un rango superior, y que, por añadidura, los fenómenos artísticos, por el hecho de su evaporación en el espacio y su cuasi-instantaneidad, escapan a la observación; en otras palabras: que sólo es tangible y observable la experiencia artística vivida por el individuo en contacto con la obra teatral o literaria, o con la escultura. [63] Sería posible, por ejemplo, enunciar en estos términos la tarea de la sociología de la música: "reunir todos los hechos sociales que interesan a la práctica musical, clasificar esos hechos en función de su importancia para esa práctica, y distinguir aquellos que determinan su evolución". [64] Este manifiesto retorno al "hecho social" de Durkheim va acompañado de una referen-

cia (no siempre explícita) a las concepciones de Max Weber.

El texto de Weber en el que se apoya principalmente este enfoque es un estudio, que se conserva en estado fragmentario, titulado *Las bases racionales y sociológicas de la música*: se trata de un texto frecuentemente citado en los trabajos dedicados a la sociología del arte (dentro de la cual influyó fuertemente en la escuela empirista), pero cuya idea esencial y cuyo alcance han sido, también frecuentemente, mal comprendidos. [65] En este trabajo, el autor considera sobre todo, abstractamente, las formas particulares que reviste la racionalización progresiva en el plano cultural, y busca entonces un principio de organización, aunque sin detenerse allí. Como muchos otros sociólogos del arte posteriores a él, Weber se dedica a confrontar los fenómenos del comportamiento musical (o, más generalmente, artístico) de ayer y de hoy, a fin de esclarecer el carácter social de la música (o del arte). Es, pues, un rotundo error escribir que "ese texto de Max Weber, extremadamente inteligente en conjunto y en detalle... corre lamentablemente el riesgo de inducir al lector al error por una de las expresiones que emplea: la de 'bases' [66] sociológicas de la música". En efecto, incluso el factor socioeconómico es evocado en la última parte del estudio de Weber. [67] Esforzándose por hacer surgir la oposición entre diversos principios de teoría musical, entre los fines exteriores de la obra y la necesidad estética, entre lo afectivo y lo racional en la música —es decir, mostrando, mediante el ejemplo de la música (que asimismo vale para las demás formas de arte) que el comportamiento social nunca se orienta exclusivamente en tal o cual sentido— Weber da prueba en ese texto de su voluntad de no encerrarse en ningún sistema de valor absoluto, a diferencia de tantos otros sociólogos del arte. Weber sigue la vía abierta por Georg Simmel y abre a su vez aquella que conduce directamente al estudio del comportamiento de grupos socio-musicales (noción retomada recientemente por John H. Mueller, quien distingue a este respecto entre música formalista, música institucional, música hermenéutica y música programática). [68] Que Weber se haya ate-

nido estrictamente a un análisis racional, es decir lógico o fisicomatemático, para encontrar los elementos de una visión sociológica —aunque fuera incompleta— del problema; que en ningún lado se haya permitido usar argumentos afectivos o estético-artísticos a pesar de las tentaciones que ofrecen en este sentido el arte, y particularmente la música; que, por último, en ningún momento haya intentado mezclar en la música o el arte consideraciones filosóficas y morales; todo esto hace de ese estudio fragmentario un texto que, desde el punto de vista metodológico y desde el punto de vista crítico, es digno de servir de modelo a los estudios de sociología del arte, cualquiera sea su objeto. [69] Sin descender nunca a las catacumbas de la interpretación "comprensiva", Weber se esforzó por conciliar la actitud científica y sociológica, en busca de explicaciones causales, y la comprensión de lo singular. Al hacerlo, veía en el historicismo un postulado que hay que usar con escepticismo, un principio metodológico que conviene observar, si es posible, en el plano propiamente histórico, pero no una proposición de valor absoluto.

No obstante, en esa perspectiva se sitúa precisamente la ciencia del arte, incluso cuando pretende asumir un aire sociológico, cubriéndose ridículamente con algunos vistosos trajes tomados en préstamo de la psicología social, o bien dedicándose a investigaciones comparativas sobre la psicología del arte. Es evidente que, en estos intentos de extensión, las consideraciones históricas predominan, así como es evidente que, de una manera general, la ciencia del arte se obstina en no querer reconocer plenamente que el principio de causalidad, tan útil para los trabajos habituales de recolección y clasificación de hechos, se ha revelado anticuado en lo que se refiere a las "leyes eternas de la naturaleza", pues hace tiempo que se han demostrado las debilidades de esas supuestas leyes.

Algunos especialistas en estética se han convencido de esta situación, y de su toma de conciencia ha nacido una estética sociológica cuyos representantes más caracterizados son Charles Lalo, Raymond Bayer y Thomas Munro. [70] Esta escuela se ha empeñado en ordenar la reflexión distinguiendo, en la sociología del arte, entre una

manera por así decir "directa" y una manera "indirecta" de introducir la sociología en la historia del arte: directamente, planteando y tratando un tema sociológico dentro del marco de la historia del arte; indirectamente, aplicando a la obra de arte y a diferentes épocas de la historia del arte criterios y métodos de interrogación sociológicos. Así desmembrada, la sociología del arte aparece manifiestamente como una "ciencia auxiliar", pues en definitiva todo se reduce a una interrogación sociológica de la obra de arte como tal.

Muchos escritos sobre la sociología del arte responden a esta tendencia, en el sentido de que persiste esencialmente la preocupación de efectuar una reflexión estética sobre la obra de arte pero ya no como antes en Vischer, Schelling, Wölfflin o Croce, que sólo se interesaban en el individuo; ahora también se toma en consideración el elemento colectivo; se ha descubierto repentinamente, también en arte, la existencia del "individuo socializado", para hablar como Lalo: un individuo que, mucho antes de que la obra de arte adquiera forma, es portador de un espíritu colectivo a través del cual se expresa y se dirige a los grupos receptores. Al considerar la obra de arte en el espejo de la estética sociológica, se ha descubierto igualmente que las evoluciones y las revoluciones artísticas no son más que síntesis de los esfuerzos aislados e independientes de numerosos antecesores, y que el arte no nace de la nada, por el solo efecto del genio creador. Queda por saber si valía realmente la pena movilizar los recursos de la sociología para efectuar tales "descubrimientos".

En este sentido, conviene señalar la posición unilateral que han adoptado las ciencias del arte al considerar la relación entre producción y consumo casi exclusivamente desde el punto de vista del productor, de la personalidad individual. La respuesta a esta crítica es que dichas ciencias no tienen de ningún modo la intención de trastrocar la pirámide social interesándose sólo por la personalidad del escritor, del compositor o del pintor, y que la prueba de ello es la extensión que ha adquirido lo que actualmente se llama el estudio del marco social, preocupación mayor de una tendencia que representa indudablemente una co-

rriente de la sociología del arte. Efectivamente, en este plano se ha realizado y se realiza un trabajo muy serio. Apelando a los medios de la psicología, del psicoanálisis, de la estadística y de una estética sociológica fundada sobre la "antropología estructural" creada por Claude Lévi-Strauss,[71] se han efectuado investigaciones en profundidad que, gracias a su rigor científico, han dado seguramente resultados notables, pero que siguen estando centradas esencialmente en el productor, la producción y sus procesos. En definitiva, este enfoque un poco unilateral entraña incertidumbres, por lo cual se designa a la sociología del arte[72] ya sea con este término, ya sea con el de "sociología de lo imaginario", o aun con el nombre de "sociología de la creación artística", simplemente porque no se quiere o no se puede prestar atención a los múltiples elementos de que se compone la sociedad artística, independientemente, desde luego, de los productores.

Los sociólogos del arte de tendencia empirista nunca tuvieron dificultad en reconocer que los consumidores de arte han formado parte en todos los tiempos —y hoy más que nunca —de la vida artística. John H. Mueller observa con toda razón que, en sus investigaciones, "la sociedad es concebida como una unidad total por esencia, siendo sus diversos aspectos sólo manifestaciones de un espíritu primero con el que todos pueden ser vinculados",[73] para agregar luego (pensando sin duda en ciertas obras que, mediante una asimilación sumaria, tratan de descubrir el "alma de la cultura" a través del marco social): "esta concepción unitaria conduce a confiar ciegamente en los trillados paralelismos de que está sembrada toda la historia musicológica contemporánea. La sociología, a la que en realidad corresponde tratar el problema, no podría en ningún caso convalidar construcciones tan deliberadamente metafísicas, inspiradas por la teoría organicista que está en la base del pensamiento musicológico actual". Muy lejos de imputar así "ingenuidad intelectual" a la musicología o a la ciencia del arte contemporáneo, John H. Mueller preconiza "más bien la eliminación de las supervivencias que perturban las corrientes revisionistas actuales".[74]

En este momento, se puede decir llanamente que la

chispa producida por la tensión de fuerzas contrarias es la que engendra la vida propia de la obra de arte. Esta idea tiene un valor de evidencia para la sociología moderna, que ve en el arte —o en las artes —un fenómeno social que se manifiesta bajo la forma de una actividad social, presuponiendo así la presencia de dos colaboradores: el que da y el que recibe. Para hablar en lenguaje sociológico, ese proceso supone la existencia, en el seno de la sociedad artística, de un grupo productor y de un grupo consumidor, y el establecimiento entre ellos de relaciones bajo la forma de contactos o de conflictos, o como consecuencia de su dinámica, de sus modificaciones, etcétera. Estos fenómenos no deben ser necesariamente considerados sólo en términos de causa y efecto, sino también en términos de interdependencia, de correlación y de interacción; esta perspectiva no sólo es apta para iluminar nuevos aspectos de los grupos productores, sino sobre todo para conferir a los grupos consumidores la importancia que merecen a causa de su papel de receptores de la creación artística y de la influencia que ejercen sobre ésta.

No pretendemos decir que se ha descuidado el estudio de estas relaciones. El interés por el consumidor lo prueban no sólo los trabajos que infatigablemente se dedican a la definición del sentido y de la esencia del arte, sino también el volumen cada vez mayor de escritos y comentarios científicos o de vulgarización que se proponen educar al público y, multiplicando explicaciones y exégesis, se esfuerzan por familiarizar a los consumidores con los diferentes géneros de arte. Competentes o no, sus autores tienen en común el hecho de que exponen lo que ellos mismos saben de las artes, de los creadores, y, llegado el caso, de los intérpretes, sin pensar que, para introducir a los demás en el conocimiento artístico, también hace falta considerar al espectador, al oyente o al lector en sus estructuras sociales, sus funciones, su comportamiento, si se quiere obtener la realización de aquello por lo que, en definitiva, se interesa tan apasionadamente la sociología del arte: la vivencia artística.

En efecto, no son conceptos vagos como "el arte", la "pintura", "la música", "la literatura", etcétera, los que

ocupan el centro de la vida artística; lo que la caracteriza, es la vivencia artística. De la relación entre productor y consumidor, del contacto (acuerdo o conflicto) así establecido, de esos procesos sociales, de esas acciones sociales, resulta precisamente la concreción, es decir la formación de objetos determinados que polarizan a los grupos artísticos y que son los únicos que pueden constituir, como hechos sociológicos, el centro y el punto de partida de consideraciones y de investigaciones fundadas en los principios de la sociología empírica. Tal comprobación y tal exigencia de ningún modo constituyen reglas metodológicas privativas de la sociología del arte; hace tiempo que son reconocidas por todos aquellos que, mediante un análisis de las formas suficientemente desarrollado, recurriendo al sentimiento de las formas o acometiendo el estudio de los estilos, trabajan para poner de manifiesto las formas vivientes del arte, es decir su acción social. Sólo que es lamentable que esas investigaciones y otras del mismo género, carentes de un adecuado conocimiento sociológico y bajo el efecto de un esteticismo vago y excesivo, estén bajo la influencia de ciertas orientaciones que tienden a hacerlos perder de vista el hombre, o por lo menos el papel de las relaciones sociales.

Por su parte, el sociólogo del arte pone en el centro de su estudio al hombre, considerado en su ser socio-artístico. Mientras que para ciertos especialistas de estética de la vieja escuela y para una seudosociología del arte el hombre sigue siendo todavía un medio, para la sociología empírica del arte constituye el fin mismo. En una palabra, como lo muestran los diferentes artículos de este volumen, los campos de acción de las artes deben ser considerados, en cualquier circunstancia, a la luz de las relaciones del individuo o del grupo. Pero —señalémoslo una vez más— sólo una cosa permite establecer estas relaciones, y es la *vivencia artística*: hay que decirlo y proclamarlo, aunque esta comprobación pase por evidente, trivial o reiterada. Sólo la vivencia artística puede crear campos de acción culturales, sólo ella puede ser activa, social. Sólo ella puede estar, como hecho social, en el origen y en el centro de la sociología del arte, pues ningún otro hecho de ese tipo podría ser com-

probado, delimitado y observado con una precisión tan considerable respecto de tres datos sociales fundamentales: naturaleza, mutabilidad y dependencia. [75]

De esta noción simple y en modo alguno nueva deriva una vinculación directa entre la ciencia del arte y la ciencia de la sociedad. La vivencia artística está ahora en el centro de la reflexión, todo el esfuerzo de la sociología empírica del arte tiende a aprehenderla, tanto en sus esfuerzos organizadores o desorganizadores como en sus resultados beneficiosos (funcionales) o nocivos (disfuncionales) para el individuo o la sociedad, poniendo en claro los imponderables que la rodean. Por esa razón las investigaciones de la sociología del arte pueden formar parte tanto de la sociología del esparcimiento, de la sociología de la información de masas, de la etnosociología —por citar algunos de los campos en que ellas se inscriben— como presentarse con su propio nombre.

Por eso es absolutamente necesario, en todo análisis propio de la sociología del arte, no sólo distinguir claramente entre lo estructural y lo funcional, sino también ver correctamente que lo funcional se sitúa en dos planos diferentes: por un lado, el plano de las funciones *estéticas*, que ponen en comunicación al productor y al consumidor a través de la materia artística, de la forma y del contenido; por otro lado, el plano de las funciones *sociales*, que establecen las relaciones en las que también participan, ciertamente, las funciones estéticas, aunque lo hacen de manera secundaria. Desde el momento en que frente a cualquier fenómeno socioartístico el observador reconoce esa distinción y la acepta, ya no se siente inclinado a adjudicar arbitrariamente al arte, casi por hipótesis, cualquier elemento sociológico, cualquier atributo pertinente o no pertinente. Por el contrario, como la sociología empírica del arte no pretende reemplazar nada, así como tampoco ser el complemento de nada, como se declara carente de toda intención imperialista, también se abstiene de formular normas y juicios de valor artísticos: en efecto, *el estudio de las ramificaciones sociales del arte no sirve para explicar la naturaleza y la esencia de las artes mismas.*

Ya lo dijimos: ningún estudio que pertenezca esencial-

mente a la sociología del arte —ya se trate de investigaciones socio-literarias [76] o socio-musicales [77] de carácter teórico o práctico, de investigaciones sobre las artes inspiradas por la teoría de la información de masas, [78] de investigaciones socio-teatrales, [79] de investigaciones sociológicas referentes a las artes plásticas, [80] etcétera— podría reemplazar a la psicología del arte, a la historia del arte o aun a la teoría del arte. Todas estas investigaciones se mantienen apartadas de esas disciplinas, que carecen de interés para la sociología y son ajenas a ella: así, por ejemplo, la sociología de la literatura no realiza investigaciones de semántica, del mismo modo que no se dedica a definir la naturaleza y la esencia de la literatura.

La sociología del arte no se entremete en ese terreno —y utilizamos deliberadamente la palabra "entremeterse"— sino cuando llega manifiestamente a mezclar lo ideal con lo real, es decir cuando produce una literatura revestida de la etiqueta de sociología del arte, pero enteramente dominada por preocupaciones político-ideológicas (de extrema derecha o de extrema izquierda), en la que los hechos históricos están tan idealizados y los efectos de la realidad sobre las ideas tan descuidados que las ideas pasan por hechos. Cualquiera que aspire a practicar la sociología del arte debe partir de premisas objetivas, desprenderse de todo espíritu sectario y estudiar los hechos sin prejuicios. Los hechos así establecidos son la materia prima de la sociología del arte, pero en sí mismos no bastan para constituirla. Esa materia prima debe ser elaborada, analizada por el método sociológico y vaciada de abstracciones: sólo entonces resulta posible enunciar leyes y someterlas a verificación.

Resumamos, a fin de tomar clara conciencia de los objetivos de la sociología moderna del arte. Ésta parte de la idea de que la música, la literatura, el teatro, la pintura constituyen, con sus vivencias respectivas, un proceso social continuo que implica una interacción entre el artista y su entorno sociocultural y culmina en la creación de una obra de uno u otro género, la que a su vez es recibida por el medio sociocultural y vuelve a actuar sobre él. Concretamente, esto significa que la obra produce cierta impre-

sión sobre ciertos grupos de mayores o menores dimensiones cuyas reacciones, por un lado, determinan la reputación de la obra y su lugar en el universo cultural, y por otro ejercen cierta influencia sobre el artista, condicionando y regulando en cierta medida su actividad creadora. Partiendo del hombre para llegar al hombre, esta concepción fundamental del proceso artístico, que es válida para todos los campos de la sociología del arte, pone en evidencia la importancia de la interacción de los individuos, de los grupos y de las instituciones. Desprendiéndose de esas relaciones y de esas interacciones complejas, es posible profundizar ciertos aspectos del fenómeno artístico, intentar el estudio concreto de tales o cuales elementos del proceso total, sin dejar de considerarlos dentro del marco del proceso socioartístico total. El primer objetivo de la sociología del arte es, pues, estudiar *procesos artísticos totales*, es decir la interacción y la interdependencia del artista, de la obra de arte y del público, y ello desde el punto de vista de su significación como formas artísticas.

La sociología del arte tiene igualmente por objeto estudiar, como elemento del proceso total, *al artista mismo*, es decir, describirlo y analizar su situación y sus relaciones sociales, ya se trate de grupos de artistas (creadores o ejecutantes) o del artista "serio" o "ligero". Para este fin, el sociólogo del arte examina el papel de factores tales como el origen social de ciertas categorías de artistas, recopila y analiza informaciones sobre su origen étnico, su condición económica, su nivel de educación, así como datos sobre su estilo de vida, su resistencia, sus esparcimientos, sus hábitos del trabajo, sus contactos sociales, sus actitudes posibles y reales.

Para reconstruir la imagen completa, es decir considerar igualmente las contribuciones del artista al orden social, la sociología del arte se dedica luego al *conocimiento sociológico de la obra de arte*. Al hacerlo, como ya lo señalamos, de ninguna manera intenta analizar la obra misma, sino que concentra toda su atención en la acción socioartística. El sociólogo del arte no se propone, pues, analizar la pintura, la música o la literatura como tales, pues juzga inútil toda tentativa tendiente a tratar como un

hecho tangible el llamado contenido racional de la pintura o de la literatura.

Para él, el arte considerado como un asunto íntimo del escritor, del pintor o del músico tiene tan poco valor de realidad como, digamos, la música producida por un individuo cualquiera que silba mientras camina. La literatura, la pintura o la música tienen valor de realidad sociológica sólo cuando se objetivan, revisten una expresión concreta y adquieren un aura, y sólo entonces expresan ese "algo" que está destinado a ser comprendido o a producir un efecto social. Querer ser comprendido constituye ya una acción que interesa a dos individuos; en cuanto al efecto social, tiene un alcance dinámico más extenso, suscita una interacción, pero ésta (salvo algunos casos excepcionales) no puede establecerse entre los individuos por el solo hecho de que compartan una misma vivencia. Es sólo en el momento en que esa vivencia presuntamente idéntica (aunque no se trate en este caso de una identidad matemática) se concreta y se transmite bajo la forma de un gesto, de una palabra, de un sonido, cuando se manifiesta y puede, por lo tanto, ser examinada y verificada.

El partidario de una escuela de pensamiento estético-filosófica objetará a esto que las artes, ese "delicado estremecimiento del alma", ese lenguaje gracias al cual "el alma habla al alma", son quizá acciones socio-artísticas, pero que escapan seguramente a la observación, pues pertenecen a la vida interior, donde permanecen en consecuencia ocultas, sin manifestarse, en general, de manera tangible. Ciertamente, es más simple, como lo hacen habitualmente los denigradores de la cultura de masas, limitarse a algunas acciones y considerar al arte como una mercancía de la que se pueden observar, con indignación, las modalidades de compra y venta. Pero también se puede decir que el arte está rodeado de tantas acciones manifiestas estrechamente ligadas con acciones encubiertas, que revisten la significación de acciones socioartísticas y constituyen hechos esenciales de relaciones sociales. Las relaciones de los diferentes niveles artísticos que engendran ciertas acciones o situaciones sociales no figuran entre los temas de investigación de la sociología del arte,

y ésta se abstiene, por eso, manteniendo esa perspectiva, de todo juicio sobre la obra de arte en sí misma y sobre su estructura. Lo que le interesa es el proceso social, el fenómeno objetivo determinado que es provocado por la obra de arte.

Hay un último objeto de la sociología del arte: *el público artístico.* El estudio sociológico de los diversos tipos de público —desde el del cantor de moda hasta el del autor de vanguardia—, todos los cuales tienen en común el hecho de recibir una obra de arte, consumirla y reaccionar a ella, suministra al sociólogo del arte importantes elementos de información a propósito de los mecanismos del condicionamiento ejercido por el medio social sobre el proceso de creación artística; este estudio constituye un enfoque lúcido del arte, más humano, diríamos, que esos intentos de acondicionar la obra de arte para el consumo por medio de anécdotas, cháchara estética y pedantería técnica. La conducta individual del consumidor de arte, las modas artísticas, las motivaciones y los modelos de comportamiento del oyente, del espectador o del lector, el gusto artístico, la economía del arte, la política artística y la educación artística, el comportamiento colectivo de los consumidores de arte, el control social, etcétera, tales son algunos de los problemas que interesan al sociólogo del arte cuando se ocupa del público artístico.

Si recapitulamos, para reconstituir una visión global de los diferentes objetos de estudio de la sociología empírica del arte, comprobamos que su *primer objetivo* es poner en evidencia el carácter dinámico del fenómeno social "arte" en sus diversas formas de expresión. Esto exige un análisis de las formas de existencia del arte, consideradas en conjunto, análisis que no puede estar centrado, sin embargo, en los juicios de valor específicos sobre los cuales los miembros de cada sociedad basan su modo de vida particular, sino que debe responder a los principios del análisis estructural-funcional.

De este modo, la sociología del arte alcanza su *último objetivo*: suministrar un enfoque universalmente inteligible, convincente y válido de la obra de arte, mostrando

cómo las cosas han llegado a ser lo que son, esclareciendo las transformaciones presentes y pasadas.

La sociología del arte está entonces en condiciones de apuntar a su *tercer objetivo,* el que se impone a toda ciencia: elaborar leyes que permitan prever y decir que tal o cual acontecimiento tendrá tal o cual consecuencia.

La enunciación de estos objetivos puede contribuir, en nuestra opinión, a hacer fecundos los esfuerzos estérilmente realizados para llegar al arte por vías tradicionales pero anticuadas, y sobre todo a situar al hombre mismo, fin y medio de todo arte, el hombre considerado en su ser artístico, en su verdadero lugar y en su justo rango. Subrayemos una vez más, para concluir, que el sociólogo del arte no separa nunca el arte de la realidad; que jamás examina los hechos sociales, los procesos sociales, sus causas y su naturaleza en función de lo que "deberían" ser; que no se permite acudir a las fuentes de un saber que le es inaccesible, ni tampoco desarrollar teorías tentadoras sin apoyarse sólidamente en hechos comprobados.

La observación de los hechos confiere a la sociología del arte el carácter de una disciplina; sin dejar de aparecer como un eslabón entre la ciencia de la sociedad y la ciencia del arte, la observación le permite al mismo tiempo ser sociología pura.

Notas

1 En *De la littérature considérée dans ses rapports avec les institutions sociales,* 1800, y *De l'Allemagne,* 1810.

2 R. P. Jean Joseph Marie Amiot, *Mémoire sur la musique des Chinois,* París, 1779,

3 Raphael G. Kiesewetter, *Die Musik der Araber,* Leipzig, 1842.

[4] Giorgio Vasari, *Vies des plus excellents peintres, sculpteurs et architectes*, 1542-1550.

[5] Walter Wiora, *Die Musik in Geschichte und Gegenwart*, Cassel, 1961, vol. 9, p. 1215.

[6] Pierre Francastel, *La réalité figurative. Eléments structurels de sociologie de l'art*, París, 1965, p. 15 [*La realidad figurativa*, Emecé, Bs. As., 1970]. La misma tendencia se encuentra en Hanna Deinhard, *Bedeutung und Ausdruck. Zur Soziologie der Malerei*, Neuwied y Berlín, 1967.

[7] Pierre Francastel, en el prólogo a la obra de François Lesure, *Musik und Gesellschaft im Bild*, Cassel, 1966, p. 7.

[8] Así, por ejemplo, en el *Manual de sociología*, por lo demás excelente, de Armand Cuvillier, El Ateneo, Buenos Aires.

[9] Richard T. Lapierre, *Sociology*, Nueva York y Londres, 1946, p. 333.

[10] Georges Gurvitch, *Tratado de sociología*, vol. II, Kapelusz, Bs. As., 1965.

[11] G. Gurvitch, *La vocación actual de la sociología.*

[12] *Íd.*

[13] Véase, por ejemplo, *Déterminismes sociaux et liberté humaine*, P.U.F., París, 1955.

[14] Jean Duvignaud, *Sociologie de l'art*, París, 1967. Este libro demuestra, además, una sorprendente ignorancia de las obras que tratan de esta materia. Véase a este respecto nuestra crítica en "Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie", nº 2, 1968, pp. 387 y ss.

[15] Stuttgart, 1958, pp. 338 y ss.

[16] Véase, por ejemplo, "Formas musicales y formas sociales", en: W. Bernsdorf, G. Eisermann y otros, *Die Einheit der Sozialwissenschaften*, Stuttgart, 1955.

[17] Paul Honigsheim, en: Gottfried Eisermann y otros, *op. cit.*, p. 372.

[18] Paul Kecskemeti, "Introduction to Karl Mannheim", *Essays on the sociology of knowledge*, Londres, 1952, p. 16.

[19] *Id.*, p. 19.

[20] Véase, en particular, a este respecto: "Interpretación ideológica y sociológica de las creaciones intelectuales", en: Gustav Salomon y otros, *Jahrbuch für Soziologie*, Karlsruhe, 1926, vol. 2, pp. 424 y ss.

[21] Algunos ejemplos pueden encontrarse en: Klaus Peter Etzkorn. *Musical and social patterns of song-writers* (tesis de filosofía), Princeton University, 1959, pp. 234 y ss.; y en Hans Norbert Fuegen, *Die Hauptrichtungen der Literatursoziologie*, Bonn, 1964, pp. 30 y ss.

[22] En: Wilhelm Bernsdorf, Friedrich Bulow y otros, *Wörterbuch der Soziologie*, Stuttgart, 1955, p. 633.

[23] Leopold Rosenmayr, Max Scheler, "Karl Mannheim un die Zukunft den Wissenssoziologie", en: Alphons Silbermann y otros, *Militanter humanismus. Von den Aufgaben der modernen Soziologie*, Francfort del Meno, 1966, p. 230.

[24] Véase a este respecto René Köning y otros, *Soziologie*, Francfort del Meno, 1967, pp. 159 y ss.

[25] *Kultur und Gesellschaft der Neuzeit*, Olten y Friburgo, 1962.

[26] *Las voces del silencio*, Hachette, Bs. As., *Musée imaginaire de la sculpture mondiale*, París, 1952.

[27] Fondo de Cultura Económica, México.

[28] Londres 1947.

[29] Londres, 1955.

[30] Guadarrama, Madrid.

[31] Podrán encontrarse numerosos ejemplos, particularmente en los estudios sobre la literatura. Todavía recientemente, esta tendencia aparecía en: Miklavz Prosenc, *Die Dadaisten in Zürich*, Bonn, 1967; Gustav Sichelschmidt, Hedwig Courtis-Mahler, *Eine literatur-soziologische Studie*, Bonn, 1967, etcétera.

[32] Fernand Braudel, "Les responsabilités de l'historien", *Cahiers Internationaux de Sociologie*, París, 1951, vol. X, p. 9.

[33] René König, *op. cit.*, p. 160.

[34] Véase, por ejemplo, Wilfrid Mellers, *Music and society*, Nueva York, 1950; Diana Spearman, *The novel and society*, Londres, 1966, etcétera.

[35] K. A. Fischer, *Kultur und Gesellung*, Colonia, 1951, p. 15.

[36] París, 1930, 15ª ed.

[37] Véase, por ejemplo, *Theorie des gegenwaertigen Zeitalters*, Stuttgart, 1955.

[38] *Zeit-Bilder. Zur Soziologie und Aesthetik der modernen Malerei*, Francfort del Meno, 1960.

[39] *Sociologie de la musique*, París, 1951.

[40] *Art et technique*, París, 1956.

[41] Hans Engel, *Musik und Gesellschaft*, Berlin, 1960, p. 9.

[42] René König, *op. cit.*, p. 160.

[43] Para citar unos pocos ejemplos, véase: Harry C. Bredemeier y Richard M. Stephenson, *The analysis of social systems*, Nueva York, 1962, cap. I; David C. McClelland, *The achieving society*, Nueva York, 1961.

[44] René König trata a fondo esta cuestión en su introducción a la nueva edición alemana de Emile Durkheim, *Die Regeln der soziologischen Methode*, Neuwied, 1961, pp. 38 y ss.

[45] Véase, por ejemplo, el librito que Jean Duvignaud dedicó a Durkheim, París, 1965, donde no hace mención alguna de esta distinción.

[46] Entre las publicaciones recientes, Robert Minder ha dado un ejemplo notable de este género de análisis en: *Dichter in der Gesellschaft*, Francfort del Meno, 1966.

[47] Theodor W. Adorno, *Einleitung in die Musiksoziologie*, Francfort del Meno, 1962, p. 56.

[48] Véase, a este respecto, Fernand Braudel, "Historia y sociología", en: Georges Gurvitch y otros, *Tratado de sociología*, vol. I, Kapelusz, Bs. As., 1965.

[49] Puede consultarse un profundo análisis del estudio de Simmel en K. Peter Etzkorn, "Georg Simmel y la sociología de la música", *Social Forces*, 1964, nº 43, pp. 101 y ss.

[50] Nueva York, 1937, 1941, 4 vol. [*Dinámica social y cultural*, 2 t., Instituto de Estudios Políticos, Madrid, 1962.]

[51] Nueva York, 1962. (Nueva edición.)

[52] *Social and cultural dynamics*, cit., pp. 9-10.

[53] *Musical and social patterns of song-writers*, cit., p. 251.

[54] Véase, por ejemplo, Georg Lukács, *Teoría de la novela*, Grijalbo, México, 1971 ; Lucien Goldmann, *Para una sociología de la novela*, Ciencia Nueva, Madrid, 1967; Walter Benjamin, *Illuminationen*, Francfort del Meno, 1955; Theodor W. Adorno, *Filosofía de la nueva música*, Sur, Buenos Aires, 1965; Etienne Souriau, *Les deux cent mille situations dramatiques*, París, 1950; Arnold Gehlen, *Zeit-Bilder*, cit.; Jean Cassou, *Situation de l'art moderne*, París, 1950.

[55] Cf. el título del libro de Gerhard Masur, *Prophets of yesterday*, Nueva York, 1961.

[56] Véase, a este respecto, nuestro estudio "Filosofía de la literatura, estética sociológica de la literatura o sociología de la literatura", *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 1966, nº 1, pp. 1939 y ss.

[57] Nueva York, 1934.

[58] Véase, por ejemplo, Gregor Paulson, *Die soziale Dimension der Kunst*, Berna, 1955.

[59] Por ejemplo: Theodor W. Adorno, *Gustav Mahler*, Francfort del Meno, 1960; Klaus Lankheit, *Florentinische Barockplastik*, Munich, 1962; Frederic Antal, *Hogarth und seine Stellung in der europäischen Kunst*, Dresde, 1966; Félix Brun, "Pour une interprétation sociologique du roman picaresque", en *Littérature et société*, Bruselas, 1967; Alphons Silbermann, *Introduction à une sociologie de la musique*, París, 1955; Leo Lowenthal, *Literature and the image of man*, Boston, 1957.

[60] "Ideen zur Musiksoziologie", *Schweizer Monatshefte*, Zurich, noviembre 1958, p. 681.

[61] *Id.*, p. 690.

[62] Véase su principal obra: *Le dieu caché*, Gallimard, 1965 [*El hombre y lo absoluto*, Península, Barcelona, 1968].

[63] Sobre los problemas de la vivencia artística, considerada como hecho social, véase: Alphons Silbermann, *The sociology of music*, Londres, 1963; "Theater und Gesellschaft", en: Martin Hürlimann y otros, *Das Atlantisbuch des Theaters*, Zurich, 1966, pp. 387 y ss.; "Art", en: René König y otros, *op. cit.*, pp. 164 y ss.

[64] Kurt Blaukopf, en: W. Bernsdorf y F. Bülow y otros, *op. cit.*, p. 342.

[65] Publicado por primera vez en Munich en 1921, el texto fue reproducido como anexo al segundo tomo de *Grundriss der Sozialökonomie*, IIIa. parte; *Wirtschaft und Gesellschaft*, 2a. ed., Tübingen, 1925 [*Economía y sociedad*, Fondo de Cultura Económica, México, 1969]; la edición inglesa, debida a Don Martindale, Johannes Riedel y Gertrudre Neurwirth, *The rational and social foundations of music*, fue publicada en Carbondale en 1958.

[66] Hermann Matzke *Musikökonomik und Musikpolitik*, Breslau, 1927, p. 8.

[67] Max Weber, *op. cit.*, p. 862 (citamos siguiendo el texto aparecido en *Wirtschaft und Gesellschaft*, 2a. ed. Tübingen, 1925).

[68] "A sociological approach to musical behavior", *Ethnomusicology*, vol. VII, nº 3, 1963.

[69] Puede consultarse un análisis detallado del estudio de Weber en nuestro artículo: "Las ideas de Max Weber sobre la música", aparecido en el número especial (nº 7) de la *Kölner Zeitschrift für Soziologie un Sozialpsychologie*, 1963, pp. 448 y ss.

[70] Charles Lalo, *Notions d'esthétique*, París, 1948; Raymond Bayer, *Traité d'esthétique*, París, 1956; Thomas Munro, *Toward a science in aesthetics*, Nueva York, 1956.

[71] Eudeba, Buenos Aires, 1969.

[72] Por ejemplo, en Jean Duvignaud, *Sociologie de l'art*, cit.

[73] "Baroque - Is it datum, hypothesis, or tautology?", *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. XII, junio 1954, nº 4, p. 437.

[74] *Ibíd.*

[75] Para mayores detalles, véase: Alphons Silbermann, *Wovon lebt die Musik. Die Prinzipien der Musiksoziologie*, Ratisbonne, 1957, cap. 3; Erwin Walker, *Das musikalische Erlebnis und seine Entwicklung*, Göttingen, 1927; Bruce Allsopp, *The future of the arts*, Londres, 1959.

[76] Véase, por ejemplo: Leo Lowenthal, *Literature, popular culture, and society*, Englewood Cliffs, 1961; Roy Pascal, *Design and truth in autobiography*, Londres, 1960; César Graña, *Bohemian*

versus Bourgeois, Nueva York, 1964; Walter Nutz, *Der Trivialroman*, Colonia y Opladen, 1962; Robert Escarpit, *La revolución del libro*, Alianza Editorial, Madrid, 1969.

[77] Véase, por ejemplo: Dennison J. Nash, "Challenge and response in the American composer's career", *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, setiembre 1955, pp. 116 y ss.; Max Kaplan, *Foundations and frontiers of music education*, Nueva York, 1966; John H. Mueller, *The American symphony Orchestra*, Bloomington, 1951, y *Fragen des musikalischen Geschmacks*, Colonia y Opladen, 1963; Friedrich Klausmeier, *Jugend und Musik im technischen Zeitalter*, Bonn, 1963; Alphons Silbermann, *La musique, la radio et l'auditeur*, París, 1954 [*La música, la radio y el oyente*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1957].

[78] Véase, por ejemplo: Duncan Mac Dougald, "La industria de la música popular", en: Paul F. Lazarsfeld y Frank N. Stanton y otros, *Radio research*, 1941, Nueva York, 1941, p. 65 y ss.; Wilbur Schramm, *The impact of educational television*, Urbana, 1960; Stuart Hall y Paddy Whannel, *The popular arts*, Londres, 1964; Joffre Dumazedier y Aline Ripert, *Loisir et culture*, París, 1966.

[79] Véase, por ejemplo: Georges Gurvitch, "Sociologie du théâtre", *Les Lettres Nouvelles*, París, febrero 1956, pp. 196 y ss.; Martin Holmes, *Shakespeare's public*, Londres, 1960; Raymond Ravar y Paul Andrieu: *Le spectateur au théâtre*, Bruselas, 1964; Alphons Silbermann, *Theater und Gesellschaft*, cit.; Adolf Beiss, *Das Drama als soziologisches Phänomen*, Brunswick, 1954.

[80] Véase, por ejemplo: Bernard S. Myers, *Problems of the younger American artist*, Nueva York, 1957; Bruce A. Watson, *Kunst, Künstler und soziale Kontrolle*, Colonia y Opladen, 1961; Bernard Rosenberg y Norris Fliegel, *The vanguard artist*, Chicago, 1965; Pierre Bourdieu y Alain Darbel, *L'amour de l'art*, París, 1966; Willy Bongard, *Kunst und Kommerz*, Oldenburg, 1967.

Pierre Bourdieu

Elementos de una teoría sociológica de la percepción artística

1

Toda percepción artística implica una operación consciente o inconsciente de desciframiento.

1.1. Acto de desciframiento que se ignora como tal, la "comprensión" inmediata y adecuada sólo es posible y efectiva en el caso particular en que la cifra cultural que posibilita el acto de desciframiento es dominada completa e inmediatamente por el observador (bajo la forma de competencia o de disposición cultivada) y se confunde con la cifra cultural que ha hecho posible la obra percibida.

En el cuadro de Rogier Van der Weyden *Los reyes magos* percibimos inmediatamente —como observa Erwin Panofsky— la representación de una aparición, la de un niño en quien reconocemos al "niño Jesús". ¿Cómo sabemos que se trata de una aparición? El halo de resplandor dorado que rodea al niño no podría constituir una prueba suficiente, pues lo encontramos en representaciones de la natividad, en las que el niño Jesús es "real". Nuestra conclusión se debe a que el niño se mantiene en el aire, sin soporte visible, y esto aun cuando la representación no habría sido diferente si el niño hubiera estado sentado sobre un cojín (como en el modelo que seguramente utilizó Rogier Van der Weyden). Pero se podrían invocar centenares de representaciones en las que seres humanos, animales u objetos inanimados parecen suspendidos en el aire contra la ley de la gravedad, sin que por eso se presenten como apariciones. Por ejemplo, en una miniatura de los *Evangelios de Otón III*, de la Staatsbibliothek de Munich, toda una ciudad está representada en el centro de un espacio vacío, mientras que los personajes que participan en la acción se apoyan en el suelo; ahora bien, se trata de una ciudad muy real, la que fue el lugar de la resurrección de los jóvenes representados en primer plano. Si, "en una fracción de segundo y de manera casi automática", percibimos el personaje aéreo como una aparición, mientras que no vemos ninguna connotación milagrosa en la ciudad que flota en el aire, es porque "leemos lo que vemos en función de lo que sabemos de la manera,

variable según las condiciones históricas, de expresar en formas los objetos y los acontecimientos históricos"; de manera más precisa, cuando desciframos una miniatura de alrededor del año mil, presuponemos inconscientemente que el espacio vacío sirve solamente de trasfondo abstracto e irreal en lugar de integrarse en un espacio unitario, aparentemente natural, en el que lo sobrenatural y lo milagroso pueden así surgir como tales, como en el cuadro de Rogier Van der Weyden. [1]

Por el hecho de obedecer inconscientemente a las reglas que rigen un tipo particular de representación del espacio, cuando descifra un cuadro construido según esas reglas el espectador cultivado o competente de nuestra sociedad puede aprehender inmediatamente como "visión sobrenatural" un elemento que, por referencia a otro sistema de representación en el que las regiones del espacio estarían de algún modo "yuxtapuestas" o "agregadas" en lugar de integrarse en una representación unitaria, podría parecer "natural" o "real". "La concepción perspectivista —declara Panofsky— impide al arte religioso todo acceso a la regla de lo mágico . . . , pero le abre una región completamente nueva, la región de lo 'visionario', en la que el milagro se transforma en una experiencia inmediatamente percibida del espectador, porque los hechos sobrenaturales irrumpen en el espacio visible, aparentemente natural, que les es familiar, y le permiten de ese modo penetrar verdaderamente en la esencia sobrenatural de ese espacio." [2]

Si la cuestión de las condiciones que hacen posible la experiencia de la obra de arte —y, de manera más general, del mundo de los objetos culturales— como inmediatamente dotada de sentido está radicalmente excluida de esa experiencia misma, es porque la reasunción de la intención objetiva de la obra (que puede no coincidir en nada con la intención del autor) es perfectamente adecuada y se realiza inmediatamente en el caso, y sólo en ese caso, en que la cultura que el creador incorpora a su obra coincide con la cultura, o más precisamente, con la *competencia artística* que el espectador incorpora al desciframiento de la obra: en ese caso, todo va de suyo y no se

plantea la cuestión del sentido, del desciframiento del sentido y de las condiciones de ese desciframiento.

1.2. El malentendido surge habitualmente cada vez que no se cumplen esas condiciones particulares: la ilusión de la comprensión inmediata conduce a una comprensión ilusoria basada en un error de cifra.[3] Al no percibírselas como codificadas, y codificadas según otro código, se aplica inconscientemente a las obras de una tradición extraña el código válido en la percepción cotidiana, para el desciframiento de los objetos familiares: no hay percepción que no incorpore un código inconsciente y hay que evocar radicalmente el mito del "ojo nuevo" como una concesión a la ingenuidad y a la inocencia. Si los espectadores menos cultivados de nuestras sociedades son tan propensos a exigir *el realismo de la representación* es, entre otras razones, porque, careciendo de categorías de percepción específicas, no pueden aplicar a las obras de la cultura erudita otra cifra que aquella que les permite aprehender los objetos de su entorno cotidiano como dotados de sentido. La comprensión mínima, aparentemente inmediata, a la que llega la mirada más desarmada, aquella que permite reconocer una casa o un árbol, supone también una concordancia parcial (y, desde luego, inconsciente) entre el artista y el espectador sobre las categorías que definen la figuración de lo real que una sociedad histórica considera "realista" (véase § 1.3.1. y nota).

1.3. La teoría espontánea de la percepción artística se funda en la experiencia de la familiaridad y de la comprensión inmediata (caso particular que se ignora como tal).

1.3.1. Los hombres cultivados son los indígenas de la cultura erudita y, en ese carácter, se ven llevados a esa especie de etnocentrismo que se puede llamar etnocentrismo de clase, que consiste en considerar como natural, es decir al mismo tiempo obvia y fundada en su naturaleza, una manera de percibir que no es más que una entre otras posibles, y que se adquiere mediante la educación difusa o específica, consciente o inconsciente, institucionalizada o no institucionalizada. "Para el que usa anteojos —objeto que, por la distancia, está tan cerca de él que 'se le cae

sobre la nariz'— ese instrumento está más lejos, dentro del mundo que lo rodea, que el cuadro colgado a la pared de enfrente. La proximidad de ese instrumento es tan grande que habitualmente pasa inadvertido." Tomando el análisis de Heidegger en un sentido metafórico, se puede decir que la ilusión del "ojo nuevo" como "ojo desnudo" es propia de quienes llevan los anteojos de la cultura y no ven lo que éstos les permiten ver, así como no ven que no verían si estuvieran desprovistos de aquello que les permite ver. [4]

1.3.2. Inversamente, los menos provistos están frente a la cultura erudita en una situación muy semejante a la del etnólogo que se encuentra ante una sociedad extraña y que asiste, por ejemplo, a un ritual cuya clave no conoce. El desconcierto y la *ceguera cultural* de los espectadores menos cultivados recuerdan objetivamente la verdad objetiva de la percepción artística como desciframiento mediato: puesto que la información ofrecida por las obras expuestas excede la capacidad de desciframiento del espectador, éste las percibe como carentes de significación, o más exactamente, de estructuración y de organización, porque no puede "decodificarlas", es decir reducirlas al estado de forma inteligible.

1.3.3. El conocimiento erudito se distingue de la experiencia ingenua —ya sea que se manifieste por el desconcierto o por la comprensión inmediata— en que implica la conciencia de las condiciones que permiten la percepción adecuada. La ciencia de la obra de arte tiene por objeto aquello que hace posible tanto esa ciencia como la comprensión inmediata de la obra de arte, es decir la cultura. Incluye, pues, por lo menos implícitamente, la ciencia de la diferencia entre el conocimiento erudito y la percepción ingenua. "El historiador del arte se distingue del espectador 'ingenuo' en que es consciente de la situación." [5] Es obvio que resultaría un poco difícil subsumir a todos los auténticos historiadores del arte bajo un concepto definido por Panofsky de una manera tan evidentemente normativa.

2
Toda operación de desciframiento exige un código más o menos complejo, cuyo dominio es más o menos total.

2.1. La obra de arte, como todo objeto cultural, puede ofrecer significaciones de niveles diferentes según la clave de interpretación que se le aplica; las significaciones de nivel inferior, es decir las más superficiales, resultarán parciales y mutiladas, por lo tanto erróneas, mientras no se comprendan las significaciones de nivel superior que las engloban y las transfiguran.

2.1.1. La experiencia más ingenua encuentra ante todo, según Panofsky, "la capa primaria de las significaciones en las que podemos penetrar sobre la base de nuestra experiencia existencial", o, en otros términos, el "sentido fenoménico que puede subdividirse en sentido de cosas y sentido de las expresiones"; esa aprehensión se apoya en "conceptos demostrativos" que sólo designan y captan las propiedades sensibles de la obra (por ejemplo, cuando se describe un durazno como aterciopelado o un encaje como vaporoso), o la experiencia emocional que esas propiedades suscitan en el espectador (cuando se habla de colores severos o alegres). Para llegar a la "capa de los sentidos, capa secundaria, que sólo puede ser descifrada a partir de un conocimiento transmitido de manera literaria" y que podemos llamar "región del sentido del significado", debemos contar con "conceptos propiamente caracterizadores", que superan la simple designación de las cualidades sensibles y, captando las características estilísticas de la obra de arte, constituyen una verdadera "interpretación" de la obra. Dentro de esta capa secundaria, Panofsky distingue por un lado "el asunto secundario o convencional", es decir "los temas o conceptos que se manifiestan en imágenes, historias o alegorías" (por ejemplo, cuando un grupo de personajes sentado en torno a una mesa según cierta disposición representa La Cena), cuyo desciframiento incumbe a la iconografía, y por otro lado "el sentido o el contenido intrínseco", que la interpretación iconológica no puede recuperar sino a condición de tratar las significaciones iconográficas y los métodos de composición como "símbolos culturales", como expresio-

nes de la cultura de una época, de una nación o de una clase, y de esforzarse por determinar "los principios fundamentales que sostienen la elección y la presentación de los motivos, así como la producción y la interpretación de imágenes, historias y alegorías, y que dan un sentido incluso a la composición formal y a los procedimientos técnicos". [6] El sentido captado por el acto primario de desciframiento es absolutamente diferente según constituya el total de la experiencia de la obra de arte o que se integre en una experiencia unitaria, que engloba los niveles superiores de significación. De este modo, sólo a partir de una interpretación iconológica las composiciones formales y expresivas adquieren su sentido completo y se revelan al mismo tiempo las insuficiencias de una interpretación preiconográfica o preiconológica. En el conocimiento adecuado de la obra, los diferentes niveles se articulan en un sistema jerarquizado, en el que lo englobante resulta a su vez englobado, y el significado se transforma a su vez en significante.

2.1.2. La percepción desarmada, reducida a la captación de las significaciones primarias, es una percepción mutilada. Frente a lo que se podría llamar, retomando una expresión de Nietzsche, "el dogma de la inmaculada percepción", fundamento de la representación romántica de la experiencia artística, la "comprensión" de las cualidades "expresivas" y, si podemos decir, "fisonómicas" de la obra no es más que una forma inferior y mutilada de la experiencia estética, porque, al no estar sostenida, controlada y corregida por el conocimiento del estilo, de los tipos y de los "síntomas culturales", utiliza una cifra que no es ni adecuada ni específica. Se puede admitir, sin duda, que la experiencia interna como capacidad de respuesta emocional a la connotación (por oposición a la denotación) de la obra de arte, constituye una de las claves de la experiencia artística. Pero Raymond Ruyer tiene mucha razón al oponer la significación, que define como "epicrítica", y la expresividad, que describe como "protopáthica, es decir más primitiva, más tosca, de nivel inferior, ligada al diencéfalo, mientras que la significación está ligada a la corteza cerebral".

2.1.3. La observación sociológica permite descubrir efectivamente realizadas, las formas de percepción que corresponden a los diferentes niveles que los análisis teóricos constituyen por una distinción de razón. Todo bien cultural, desde la cocina hasta la música serial, pasando por el "western", puede ser objeto de aprehensiones que van de la simple sensación actual hasta la degustación erudita. La ideología del "ojo nuevo" ignora el hecho de que la sensación o la afección que suscita la obra de arte no tiene el mismo "valor" cuando constituye toda la experiencia estética y cuando se integra en una experiencia adecuada de la obra de arte. Se puede, pues, distinguir por abstracción dos formas opuestas y extremas del placer estético, separadas por todas las gradaciones intermedias: el *goce*, que acompaña la percepción estética reducida a la simple *aisthesis*, y el *deleite*, obtenido por la degustación erudita y que supone, como condición necesaria aunque no suficiente, el desciframiento adecuado. Igual que la pintura, la percepción de la pintura es cosa mental, por lo menos cuando está de acuerdo con las normas de percepción inmanentes a la obra de arte, o, en otros términos, cuando la intención estética del espectador se identifica con la intención objetiva de la obra (que no debe identificarse con la intención del artista).

2.1.4. La percepción más desarmada tiende siempre a superar el nivel de las sensaciones y de las afecciones, es decir la pura y simple *aisthesis*: la interpretación asimiladora que lleva a aplicar a un universo desconocido y extraño los esquemas de interpretación disponibles, es decir aquellos que permiten aprehender el universo familiar como dotado de sentido, se impone como un medio de restaurar la unidad de una percepción integrada. Aquellos para quienes las obras de la cultura erudita hablan una lengua extraña están condenados a imponer a su percepción de la obra de arte categorías y valores extrínsecos, aquellos que organizan su percepción cotidiana y orientan sus juicios prácticos. La estética de las diferentes clases sociales no es pues, salvo excepción, más que una dimensión de su ética, o mejor, de su *ethos*: es así como las preferencias estéticas de los pequeñoburgueses aparecen co-

mo la expresión sistemática de una disposición ascética que también se expresa en las otras dimensiones de su existencia.

2.2. La obra de arte considerada como un bien simbólico (y no como un bien económico, lo que también puede ser) sólo existe como tal para quien posee los medios de apropiársela, es decir, de descifrarla.[7]

2.2.1. El grado de competencia artística de un agente se mide por el grado en que domina el conjunto de instrumentos de la apropiación de la obra de arte, disponibles en un momento dado, es decir los esquemas de interpretación que son la condición de la apropiación del capital artístico o, en otros términos, la condición del desciframiento de las obras de arte ofrecidas a una sociedad dada en un momento dado.

2.2.1.1. La competencia artística puede definirse, provisionalmente, como el conocimiento previo de las posibles divisiones en clases complementarias de un universo de representación; el dominio de este tipo de sistema de clasificación permite situar a cada elemento del universo en una clase necesariamente definida respecto de otra clase, constituida por todas las representaciones artísticas, consciente o inconscientemente tomadas en consideración, que no pertenecen a la clase en cuestión. El estilo propio de una época y de un grupo social no es más que una clasé tal, definida con respecto a todas las obras del mismo universo que excluye y que constituyen su complemento. El *reconocimiento* (o, como dicen los historiadores del arte utilizando el vocabulario de la lógica, la *atribución*) procede por *eliminación sucesiva* de las posibilidades efectivamente realizadas en la obra considerada. Se ve de inmediato que la incertidumbre ante las diferentes características susceptibles de ser atribuidas a la obra considerada (autores, escuelas, épocas, estilos, temas, etcétera) puede ser eliminada por la aplicación de códigos diferentes, que funcionan como sistemas de clasificación; puede tratarse tanto de un código propiamente artístico que, al permitir el desciframiento de las características específicamente estilísticas, permite asignar la obra considerada a la clase constituida por el conjunto de las obras de una época, de

una sociedad, de una escuela o de un autor ("es un Cézanne"), o del código de la vida cotidiana que, como conocimiento previo de las posibles divisiones en clases complementarias del universo de los significantes y del universo de los significados, y de las correlaciones entre las divisiones de uno y las divisiones de otro, permite asignar la representación particular, tratada como signo, a una clase de significantes y de ese modo saber, en virtud de las correlaciones con el universo de los significados, que el significado correspondiente pertenece a tal clase de significados ("es un bosque").[8] En el primer caso el espectador se interesa por la *manera de tratar* las hojas o las nubes, es decir por las indicaciones estilísticas, ubicando la posibilidad realizada, característica de una clase de obras, por oposición al universo de las posibilidades estilísticas; en el otro caso trata a las hojas o las nubes como indicaciones o señales asociadas, según la lógica ya definida, a significaciones que trascienden la representación misma ("es un álamo"; "es una tormenta").

2.2.1.2. La competencia artística se define pues como el conocimiento previo de los principios de división propiamente artísticos que permiten ubicar una representación, por la clasificación de las indicaciones *estilísticas* que contiene, entre las posibilidades de representación que constituyen el universo artístico y no entre las posibilidades de representación que constituyen el universo de los objetos cotidianos (o, más precisamente, de los utensilios) o el universo de los signos —lo que equivaldría a tratarla como un simple monumento, es decir como un simple medio de comunicación encargado de transmitir una significación trascendente. Percibir la obra de arte de manera propiamente estética, es decir como significante que no significa nada más que a sí mismo, no consiste, como a veces se dice, en considerarla "sin vinculación con otra cosa que ella misma, ni emocional ni intelectualmente" —en una palabra, no consiste en abandonarse a la obra aprehendida en su singularidad irreductible— sino en indicar en ella los *rasgos estilísticos distintivos*, relacionándola con el conjunto de las obras que constituyen la clase de la que forma parte, y solamente con esas obras. Opuestamente, el gusto de las

clases populares se define, a la manera de lo que Kant describe en la *Crítica del juicio* con el nombre de "gusto bárbaro", por el rechazo o la imposibilidad (habría que decir el rechazo-imposibilidad) de efectuar la distinción entre "lo que gusta" y "lo que provoca placer", y, más generalmente, entre el "desinterés", único garante de la cualidad estética de la contemplación, y "el interés de los sentidos", que define "lo agradable", o "el interés de la razón"; ese gusto exige que toda imagen cumpla una función, aunque fuera la de signo, de modo que esa representación "funcionalista" de la obra de arte puede fundarse en el rechazo de la gratuidad, el culto del trabajo o la valorización de "lo instructivo" (por oposición a "lo interesante"), y también en la imposibilidad de situar a cada obra particular en el universo de las representaciones, por no contar con principios de clasificación propiamente estilísticos.[9] De lo que se deriva que una obra de arte de la cual esperan que exprese inequívocamente una significación que trascienda el significado es tanto más desconcertante para los más desprovistos cuanto más completamente cancela, como lo hacen las artes no figurativas, la función narrativa y designativa.

2.2.1.3. El grado de competencia artística no depende solamente del grado en que se domina el sistema de clasificación disponible, sino también del grado de complejidad o de refinamiento de ese sistema de clasificación, midiéndose, pues, por la actitud para efectuar un número más o menos grande de divisiones sucesivas en el universo de las representaciones y, por lo tanto, para determinar clases más o menos finas. Para quien no dispone más que del principio de división en arte románico y arte gótico, todas las catedrales góticas se encuentran ubicadas en la misma clase y, al mismo tiempo, son indistintas, mientras que una competencia mayor permite percibir las diferencias entre los estilos propios de las épocas "primitiva", "clásica" y "tardía", o incluso reconocer, dentro de cada uno de esos estilos, las obras de una misma escuela o aun de un arquitecto. De este modo, la aprehensión de los rasgos que constituyen la originalidad de las obras de una época respecto de las de otra época o, dentro de esta clase, de las obras

de una escuela o incluso de las obras de un autor respecto de las demás obras de su escuela o de su época, o aun de una obra particular de un autor respecto del conjunto de su obra, esa aprehensión es indisociable de la de las redundancias, es decir de la captación de los tratamientos típicos de la materia pictórica que definen un estilo: en una palabra, la captación de las semejanzas supone la referencia implícita o explícita a las diferencias, y viceversa.

2.3 El código artístico como sistema de los principios de las posibles divisiones en clases complementarias del universo de las representaciones ofrecidas a una sociedad dada en un momento dado tiene el carácter de una institución social.

2.3.1. Sistema históricamente constituido y fundado en la realidad social, ese conjunto de instrumentos de percepción que forma el modo de apropiación de los bienes artísticos —y, más generalmente, de los bienes culturales— en una sociedad dada, en un momento dado, no depende de las voluntades y de las conciencias individuales, y se impone a los individuos singulares, generalmente sin que lo adviertan, definiendo las distinciones que pueden efectuar y aquellas que se les escapan. Cada época organiza el conjunto de las representaciones artísticas según un sistema institucional de clasificación que le es propio, vinculando obras que otras épocas distinguían, distinguiendo obras que otras épocas vinculan, y los individuos tienen dificultad para pensar otras diferencias que aquellas que el sistema de clasificación disponible les permite pensar. "Supongamos —escribe Longhi— que los naturalistas e impresionistas franceses, entre 1680 y 1880, no hayan firmado sus obras y que no hayan tenido a su lado, como heraldos, a críticos y periodistas de la inteligencia de un Geoffroy o de un Duret. Imaginémoslos olvidados, por efecto de un trastrocamiento del gusto y de una larga decadencia de la investigación erudita, olvidados durante cien o ciento cincuenta años. ¿Qué es lo primero que ocurriría si la atención se volviera hacia ellos? Es fácil prever que, en una primera fase, el análisis comenzaría por distinguir en esos materiales mudos varias entidades más simbólicas que históricas. La primera llevaría el nombre

simbólico de Manet, que absorbería una parte de la producción juvenil de Renoir, e incluso, me temo, algunos Gervex, sin contar a todo González, todo Morizot y todo el joven Monet; en cuanto al Monet más tardío, también él convertido en símbolo, engulliría casi todo Sisley, una buena parte de Renoir, y, peor aún, algunas docenas de Boudin, varios Lebour y varios Lépine. Tampoco se puede excluir que algunos Pissarro, e incluso, recompensa poco halagadora, más de un Guillaumin, sean atribuidos en ese caso a Cézanne".[10] Todavía más convincente que esta especie de variación imaginaria, el estudio histórico de Berne Joffroy sobre las representaciones sucesivas de la obra del Caravaggio muestra que la *imagen pública* que los individuos de una época determinada tienen de una obra es, hablando con propiedad, el producto de los instrumentos de percepción, históricamente constituidos, por lo tanto históricamente cambiantes, que les suministra la sociedad de la que forman parte: "Sé muy bien lo que se dice sobre las disputas de atribución; que no tienen nada que ver con el arte, que son mezquinas y que el arte es grande..." La idea que nos hacemos de un artista depende de las obras que se le atribuyen y, lo queramos o no, esa idea global que nos hacemos de él impregna nuestra mirada sobre cada una de sus obras.[11] De esta manera, la historia de los instrumentos de percepción de la obra es el complemento indispensable de la historia de los instrumentos de producción de la obra, en la medida en que toda obra es hecha, de algún modo, dos veces, por el creador y por el espectador, o mejor, por la sociedad a la que pertenece el espectador.

2.3.2. La legibilidad modal de una obra de arte (para una sociedad dada de una época dada) es función de la distancia entre el código que exige objetivamente la obra considerada y el código como institución históricamente constituida; la legibilidad de una obra de arte para un individuo particular es función de la distancia entre el código, más o menos complejo y refinado, que exige la obra, y la competencia individual, definida por el grado en que se domina el código social, que es también más o menos complejo y refinado. De este modo, como observa Boris

de Schloezer, cada época tiene sus esquemas melódicos que hacen que los individuos aprehendan inmediatamente la estructura de las secuencias de sonidos que están de acuerdo con esos esquemas: "Actualmente necesitamos cierto entrenamiento para apreciar el canto gregoriano, y muchas monodias de la edad media parecen no menos desconcertantes que una frase melódica de Alban Berg. Pero, cuando una melodía se inserta fácilmente en los marcos a que estamos habituados, ya no es necesario reconstruirla, su unidad está dada y la frase llega a nosotros en bloque, por así decirlo, a la manera de un acorde. En ese caso, es capaz de actuar mágicamente, siempre a la manera de un acorde, de un timbre; si se trata, en cambio, de una melodía cuya estructura ya no se adecua a los esquemas consagrados por la tradición —la tradición de la ópera italiana, la de Wagner o la de la canción popular— la síntesis se efectúa a veces, aunque no sin dificultad." [12]

2.3.3. Puesto que las obras que constituyen el capital artístico de una sociedad dada en un momento dado exigen códigos desigualmente complejos y refinados, por lo tanto susceptibles de ser adquiridos con mayor o menor facilidad y rapidez mediante un aprendizaje institucionalizado o no institucionalizado, tales obras se caracterizan por niveles de emisión diferentes, de modo que se puede reformular la proposición precedente (cf. § 2.3.2.) en los siguientes términos: la legibilidad de una obra de arte para un individuo particular es función de *la distancia entre el nivel de emisión* [13] definido como el grado de complejidad y de fineza intrínsecos del código exigido por la obra, y el *nivel de recepción,* definido como el grado en que ese individuo domina el código social, que puede ser más o menos adecuado al código exigido por la obra. Cada individuo posee una capacidad definida y limitada de aprehensión de la "información" propuesta por la obra —capacidad que es función del conocimiento que posee del código genérico del tipo de mensaje considerado (ya sea la pintura en su conjunto, o la pintura de tal época, de tal escuela o de tal autor)—. Cuando el mensaje excede las posibilidades de aprehensión o, más exactamente, cuando el código de la obra supera en fineza y en complejidad

el código del espectador, éste se desinteresa de lo que se le aparece como mezcolanza sin rima ni sentido, como juego de sonidos o de colores desprovisto de toda necesidad. Dicho de otro modo: colocado ante un mensaje demasiado rico para él, o, como dice la teoría de la información, "abrumador" (*overwhelming*), se siente "aplastado" (cf. § 1.3.2.).

2.3.4. De lo anterior se sigue que para incrementar la legibilidad de una obra de arte (o de un conjunto de obras de arte como las que se exponen en un museo) y para reducir el malentendido derivado de la distancia, se puede bajar el nivel de emisión o bien elevar el nivel de recepción. La única manera de bajar el nivel de emisión de una obra consiste en suministrar, al mismo tiempo que la obra, el código según el cual está codificada, y esto en un discurso (verbal o gráfico) cuyo código ya domina (parcial o totalmente) el receptor, o que ofrece continuamente el código de su propio desciframiento, de acuerdo con el modelo de la comunicación pedagógica perfectamente racional. Se ve de pasada que toda acción tendiente a bajar el nivel de emisión contribuye, de hecho, a elevar el nivel de recepción.

2.3.5. Las reglas que definen en cada época la legibilidad del arte contemporáneo no son más que una aplicación particular de la ley general de la legibilidad. La legibilidad de una obra contemporánea varía en primer lugar según la relación que los creadores mantienen, en una época dada, en una sociedad dada, con el código de la época precedente; pueden distinguirse, muy groseramente, *períodos clásicos*, en los que un estilo alcanza su perfección propia y los creadores explotan, hasta consumarlas y, quizás, agotarlas, las posibilidades suministradas por un arte de inventar que ellos han heredado, y *períodos de ruptura*, en los que se inventa un nuevo arte de inventar, y se engendra una nueva gramática generadora de formas, en ruptura con las tradiciones estéticas de un tiempo y de un medio. El desajuste entre el código social y el código exigido por las obras tiene, evidentemente, todas las posibilidades de ser más reducido en los períodos clásicos que en los períodos de ruptura, infinita-

mente más reducido sobre todo que en los *períodos de ruptura continua*, tal como el que hoy vivimos. La transformación de los instrumentos de producción artística precede necesariamente la transformación de los instrumentos de percepción artística, y la transformación de los modos de percepción no puede efectuarse sino lentamente, ya que se trata de desarraigar un tipo de competencia artística (producto de la interiorización de un código social, tan profundamente inscrito en los hábitos y las memorias que funcionan a nivel inconsciente), para sustituirlo por otro, por un proceso de interiorización, necesariamente largo y difícil.[14] La inercia propia de las competencias artísticas (o, si se quiere, de los *habitus*) es causa de que, en los períodos de ruptura, las obras producidas por medio de instrumentos de producción artística de un nuevo tipo estén destinadas, durante cierto tiempo, a ser percibidas por medio de instrumentos de percepción antiguos, los mismos contra los cuales se constituyeron aquéllos. Los hombres cultivados, que pertenecen a la cultura por lo menos tanto como la cultura les pertenece, se orientan siempre a aplicar a las obras de su época categorías heredadas y a ignorar al mismo tiempo la novedad irreductible de obras que aportan con ellas las categorías mismas de su propia percepción (por oposición a las obras que se podría llamar académicas, en un sentido muy amplio, y que no son más que la expresión de un código o mejor de un *habitus* preexistente). A los devotos de la cultura, entregados al culto de las obras consagradas de los profetas difuntos, así como a los sacerdotes de la cultura, dedicados, como los profesores, a la organización de ese culto, se oponen en todo los profetas culturales, es decir los creadores que quebrantan la rutina del fervor ritualizado esperando convertirse a su vez en el objeto del culto rutinario de nuevos sacerdotes y de nuevos devotos. Si es cierto que como dice Franz Boas, "el pensamiento de lo que llamamos las clases cultivadas se regula principalmente por los ideales que transmitieron las generaciones pasadas",[15] no es menos cierto que la ausencia de toda competencia artística no es ni la condición necesaria ni la condición suficiente de la percepción adecuada de las obras innovadas o, *a fortiori*, de

la producción de tales obras. La ingenuidad de la mirada no podría ser aquí más que la forma suprema del refinamiento del ojo. El hecho de carecer de claves de ningún modo predispone a comprender obras que exigen solamente que se rechacen todas las claves antiguas para esperar de la obra misma que entregue la clave de su propio desciframiento. Es precisamente, como se vio, la actitud que los más desarmados frente al arte erudito se sienten menos dispuestos a adoptar (cf. § 2.2.1.2.). La ideología según la cual las formas más modernas del arte no figurativo son más directamente accesibles a la inocencia de la infancia o de la ignorancia que a la competencia adquirida por una formación que se considera deformante, como la de la escuela, no sólo está refutada por los hechos;[16] si las formas más innovadoras del arte no se entregan primero sino a algunos virtuosos (cuyas posiciones de vanguardia se explican siempre, en parte, por el lugar que ocupan en el campo intelectual y, más generalmente, en la estructura social)[17] es porque exigen la aptitud para romper con todos los códigos, empezando evidentemente por el código de la existencia cotidiana, y porque esa aptitud se adquiere con la frecuentación de obras que exigen códigos diferentes y con la experiencia de la historia del arte como sucesión de rupturas con los códigos establecidos. En una palabra, la aptitud para dejar a un lado todos los códigos disponibles para remitirse a la obra misma, en lo que ésta tiene, a primera vista, de más insólito, supone ya realizado el dominio del código de los códigos, que regula la aplicación adecuada de los diferentes códigos sociales objetivamente exigidos por el conjunto de las obras disponibles en un momento dado.

3

Dado que la obra de arte sólo existe como tal en la medida en que es percibida, es decir descifrada, resulta obvio que las satisfacciones vinculadas a esta percepción —ya se trate de deleite propiamente estético o de satisfacciones más indirectas, como el *efecto de distinción* (cf. § 3.3.)— no son accesibles más que a quienes están dispuestos a apro-

piárselas porque les atribuyen un *valor*, sobreentendiendo que no pueden atribuirles un valor sino porque disponen de los medios de apropiárselas. Por consiguiente, la necesidad de apropiarse de los bienes que, como los bienes culturales, existen como tales para quien ha recibido de su medio familiar y de la escuela los medios de apropiárselos, sólo puede aparecer en aquellos que pueden satisfacerla y puede satisfacerse apenas aparece.

3.1. De lo anterior se sigue, por un lado, que a diferencia de las necesidades "primarias" la "necesidad cultural" como necesidad cultivada se incrementa a medida que se sacia —ya que cada nueva apropiación tiende a reforzar el dominio de los instrumentos de apropiación (cf. § 3.2.1.) y, de ese modo, las satisfacciones vinculadas a una nueva apropiación— y, por otro lado, que la conciencia de la privación decrece a medida que crece la privación, dado que los individuos más completamente desposeídos de los medios de apropiación de las obras de arte son los más completamente desposeídos de la conciencia de esa desposesión.

3.2. La disposición a apropiarse los bienes culturales es el producto de la educación difusa o específica, institucionalizada o no, que crea o cultiva la competencia artística como dominio de los instrumentos de apropiación de esos bienes, y que crea la "necesidad cultural" suministrando los medios de satisfacerla.

3.2.1. La percepción repetida de obras de cierto estilo favorece la interiorización inconsciente de las reglas que gobiernan la producción de esas obras. A la manera de las reglas de la gramática, estas reglas no son aprehendidas como tales, y aún menos explícitamente formuladas y formulables; por ejemplo, el aficionado a la música clásica puede no tener ni conciencia ni conocimiento de las leyes a que responde el arte sonoro al que está acostumbrado, pero por su educación auditiva, al oír un acorde de dominante se siente inclinado a aguardar imperiosamente la tónica que ve como la resolución "natural" de ese acorde, y tiene dificultades para aprehender la coherencia interna de una música fundada en otros principios. El dominio inconsciente de los instrumentos de apropiación, que funda

la familiaridad con las obras culturales, se constituye por una lenta familiarización, por una larga serie de "pequeñas percepciones", en el sentido en que Leibniz emplea este término. La competencia del conocedor (*connaisseurship*) es un arte que, como un arte de pensar o un arte de vivir, no puede transmitirse exclusivamente en forma de preceptos o de prescripciones y cuyo aprendizaje supone el equivalente del contacto prolongado entre el discípulo y el maestro en una enseñanza tradicional, es decir el contacto repetido con la obra (o con obras de la misma clase). Y así como el aprendiz o el discípulo pueden adquirir *inconscientemente* las reglas del arte, inclusive las que no son explícitamente conocidas por el maestro mismo, a costa de un verdadero abandono de sí que excluye el análisis y la selección de los elementos de la conducta ejemplar, del mismo modo el aficionado de arte puede, abandonándose en cierto modo a la obra, interiorizar sus principios y sus reglas de construcción sin que éstos sean llevados nunca a su conciencia y formulados como tales —lo que constituye toda la diferencia entre el teórico del arte y el conocedor que casi siempre es incapaz de explicar los principios de sus juicios (cf. § 1.3.3.). En este dominio, como en otros (por ejemplo, el aprendizaje de la gramática de la lengua materna), la educación escolar tiende a favorecer la reasunción consciente de modelos de pensamiento, de percepción o de expresión que ya se dominan inconscientemente, formulando explícitamente los principios de la gramática creadora, por ejemplo las leyes de la armonía y del contrapunto o las reglas de la composición pictórica y suministrando el material verbal y conceptual indispensable para nombrar diferencias primero experimentadas de manera puramente intuitiva. El peligro de academicismo está supuesto, como se ve, en toda pedagogía racionalizada, tendiente a acuñar en un cuerpo doctrinal de preceptos, de recetas y de fórmulas, explícitamente designados y enseñados, más frecuentemente negativos que positivos, lo que una enseñanza tradicional transmite bajo la forma de un *habitus*, directamente aprehendido *uno intuitu*, como estilo global que no se deja descomponer por el análisis.

3.2.2. Si la familiarización por la reiteración de las

percepciones constituye el modo de adquisición privilegiado de los medios de apropiación de las obras de arte, es porque la obra de arte se presenta siempre como una individualidad concreta que nunca se puede deducir de los principios y de las reglas que definen un estilo. Como lo demuestra sobradamente el caso de la obra musical, las traducciones discursivas más precisas y más informadas no podrían reemplazar a la ejecución, como realización *hic et nunc* de la forma singular, irreductible a toda fórmula. El dominio consciente o inconsciente de los principios y de las reglas de la producción de esa forma permite aprehender su coherencia y su necesidad, por una reconstrucción simétrica de la construcción del creador; pero, lejos de reducir la obra singular a la generalidad de un tipo, hace posible la percepción y la apreciación de la originalidad de cada actualización o, mejor, de cada ejecución respecto de los principios y las reglas según las cuales ha sido producida. Si la obra de arte ofrece siempre el doble sentimiento de lo sorprendente y de lo inevitable es porque las soluciones más inventivas, las más improvisadas y las más originales siempre pueden comprenderse, *post festum,* en función de los esquemas de pensamiento, de percepción y de acción (reglas de composición, problemáticas teóricas, etcétera) que han hecho surgir las cuestiones técnicas o estéticas a las que esa obra responde, al mismo tiempo que orientaban al creador en la búsqueda de una solución irreductible a los esquemas y, por eso mismo, imprevisible, aunque conforme *a posteriori* a las reglas de una gramática de las formas. La verdad última del estilo de una época, de una escuela o de un autor no está inscrita en germen en una inspiración original: se define y se redefine continuamente como significación en devenir que se construye a sí misma, en concordancia consigo misma y en reacción contra ella misma; es en el continuo intercambio entre cuestiones que sólo existen por y para un espíritu armado de un tipo determinado de esquemas y soluciones más o menos innovadoras, obtenidas por la aplicación de los mismos esquemas, pero capaces de transformar el esquema inicial, como se constituye esa unidad de estilo y de sentido que, por lo menos tardíamente, puede

parecer que precedió a las obras anunciadoras del logro final y que transforma retrospectivamente los diferentes momentos de la serie temporal en simples esbozos preparatorios. Si la evolución de un estilo (el de una época, de una escuela o de un autor) no se presenta ni como el desarrollo autónomo de una esencia única y siempre idéntica a sí misma, ni como una creación continua de imprevisible novedad, sino como un avance que no excluye ni los saltos hacia adelante ni los retrocesos, es porque el *habitus* del creador como sistema de esquemas orienta de manera constante elecciones que aunque no son deliberadas son no obstante sistemáticas y que, sin estar ordenadas y organizadas expresamente respecto de un fin último, son sin embargo portadoras de una especie de finalidad que no se revelará sino *post festum*. Esta autoconstitución de un sistema de obras unidas por un conjunto de relaciones significantes se realiza en y por la asociación de la contingencia y del sentido que se hace, se deshace y se rehace sin cesar, según principios tanto más constantes cuanto más completamente escapan a la conciencia, en y por la transmutación permanente que introduce los accidentes de la historia de las técnicas en la historia del estilo transportándolos al orden del sentido, en y por la invención de obstáculos y de dificultades que aparecen como suscitados en nombre de los principios mismos de su solución y cuya contrafinalidad a corto plazo puede ocultar una finalidad más alta.

3.2.3. Aun cuando la institución escolar conceda una atención reducida (como ocurre en Francia y en muchos países) a la enseñanza propiamente artística, es decir, aunque no ofrezca ni una incitación específica a la práctica cultural, ni un cuerpo de conceptos específicamente ajustados a las obras de arte plástico, tiende por un lado a inspirar cierta *familiaridad* —constitutiva del sentimiento de pertenecer a la clase cultivada— con el mundo del arte, en el que nos sentimos cómodos, y en lo nuestro, como destinatarios titulares de obras que no se entregan al recién llegado; y tiende, por otro lado, a inculcar (por lo menos en Francia y en la mayoría de los países europeos, a nivel de la enseñanza secundaria) una *disposición cultivada*,

como actitud durable y generalizada que implica el reconocimiento del valor de las obras de arte y la aptitud para apropiarse esas obras mediante categorías genéricas.[18] Aunque el aprendizaje escolar verse casi exclusivamente sobre las obras literarias, tiende a crear una disposición trasponible a admirar obras escolarmente consagradas y el deber de admirar y de amar ciertas obras o, mejor, ciertas clases de obras, deber que poco a poco aparece vinculado a cierto estatus escolar y social; por otra parte, ese aprendizaje crea una aptitud igualmente generalizada y trasponible a la categorización por autores, por géneros, por escuelas, por épocas, de modo que el manejo de las categorías escolares del análisis literario y el dominio del código que regula el uso de los diferentes códigos (cf. § 2.3.5.) predispone por lo menos a adquirir las categorías equivalentes en otros dominios y a atesorar los conocimientos típicos que, aunque extrínsecos y anecdóticos, hacen posible al menos una forma elemental de aprehensión, por inadecuada que sea.[19] De esta manera, el primer grado de la competencia propiamente pictórica se define por el dominio de un arsenal de palabras que permiten nombrar las diferencias y aprehenderlas nombrándolas: son los nombres propios de los pintores célebres —Leonardo, Picasso, Van Gogh— que funcionan como categorías genéricas, ya que se puede decir ante toda pintura o todo objeto no figurativo "es Picasso", o, ante toda obra que evoca de cerca o de lejos la manera del pintor florentino, "se diría que es de Leonardo"; son también categorías amplias, como "los impresionistas" (en este caso la definición se extiende habitualmente a Gauguin, Cézanne y Degas), los "holandeses", el "Renacimiento". Es particularmente significativo que la proporción de sujetos que piensan por escuelas crezca tan nítidamente a medida que se eleva el nivel de instrucción y que, más generalmente, los conocimientos genéricos que son la condición de la percepción de las diferencias y, por eso, de la memorización —nombres propios, conceptos históricos, técnicos o estéticos— sean cada vez más numerosos y cada vez más específicos a medida que nos orientamos hacia los espectadores más cultivados, de modo que la percepción más adecuada no se distingue de

la menos adecuada sino por la especificidad, la riqueza y la fineza de las categorías utilizadas. Es todo lo contrario a una desmentida de estas proposiciones lo que hay que ver en el hecho de que los visitantes de los museos prefieran casi siempre las pinturas más célebres y consagradas por la instrucción escolar en la medida en que son menos instruidos, y que, en cambio, los pintores modernos, que tienen muy pocas posibilidades de verse incluidos en la enseñanza, sólo son citados por quienes poseen los títulos escolares más elevados, y residen en las grandes ciudades. El acceso a los juicios de gusto que se acostumbra a llamar "personales" es también un efecto de la instrucción recibida: la libertad de emanciparse de las imposiciones escolares no pertenece sino a aquellos que han asimilado suficientemente la cultura escolar para interiorizar la actitud liberada de la cultura escolar que enseña una escuela tan profundamente penetrada de los valores de las clases dominantes que retoma por su cuenta la desvalorización mundana de las prácticas escolares. La oposición entre la cultura canónica, estereotipada y, como diría Max Weber, "rutinizada", y la cultura auténtica, liberada de los discursos de la escuela, sólo tiene sentido para una ínfima minoría de hombres cultivados para quienes la cultura es una segunda naturaleza, dotada de todas las apariencias del don, y la plena posesión de la cultura escolar es la condición de la superación de esa cultura para alcanzar la cultura libre, es decir liberada de sus orígenes escolares, que la clase burguesa y su escuela consideran el valor de los valores (cf. § 3.3.).

Pero la mejor prueba de que los principios generales de la transferencia del aprendizaje también son válidos para los aprendizajes escolares reside en el hecho de que las prácticas de un mismo individuo y, *a fortiori*, de los individuos pertenecientes a una categoría social o que poseen un nivel de instrucción determinado, tienden a constituir un sistema, de modo que cierto tipo de práctica en un ámbito cualquiera de la cultura implica, con una probabilidad muy alta, un tipo de práctica homóloga en todos los demás ámbitos: así es como una frecuentación asidua de los museos está casi necesariamente asociada

a una frecuentación equivalente de los teatros y, en menor grado, de las salas de concierto. Asimismo todo parece indicar que los conocimientos y las preferencias tienden a constituirse en constelaciones estrictamente ligadas al nivel de instrucción, de modo que una estructura típica de las preferencias en pintura tiene muchas posibilidades de estar ligada a una estructura de las preferencias del mismo tipo en música o en literatura.[20]

3.2.4. A causa del status particular de la obra de arte y de la lógica específica del aprendizaje derivada de él, una enseñanza artística que se reduce a un discurso (histórico, estético u otro) sobre las obras es necesariamente una enseñanza de segundo grado;[21] como la enseñanza de la lengua materna, la educación literaria o artística (o sea "las humanidades" de la enseñanza tradicional) supone necesariamente, aunque sin organizarse nunca, o casi nunca, en función de esa premisa, individuos dotados de una competencia previamente adquirida y de todo un capital de experiencias desigualmente distribuidas entre los diferentes medios sociales (visitas de museos o de monumentos, asistencias a conciertos, lecturas, etcétera).

3.2.4.1. Al no trabajar metódica y sistemáticamente movilizando todos los recursos disponibles desde los primeros años de la escolaridad para suministrar a todos, en la situación escolar, el contacto directo con las obras, o por lo menos un sustituto aproximativo de esa experiencia (mediante la presentación de reproducciones o la lectura de textos, la organización de visitas a museos o la audición de discos, etcétera), la enseñanza artística sólo resulta plenamente provechosa a quienes deben a su medio familiar la competencia adquirida por una familiarización lenta e insensible, ya que se exime de dar explícitamente a todos los que implícitamente se exige de todos. Si es cierto que sólo la institución escolar puede ejercer la acción continua y prolongada, metódica y uniforme de formación capaz de *producir en serie*, si se nos permite esta expresión, individuos competentes, provistos de esquemas de percepción, de pensamiento y de expresión que son la condición de la apropiación de los bienes culturales y dotados de la disposición generalizada y permanente a apro-

piarse esos bienes que define la devoción cultural, es un hecho que la eficacia de esa acción formadora está en función directa con el grado en que sus destinatarios llenan las condiciones previas de una recepción adecuada: la influencia de la acción escolar es tanto más fuerte y durable cuanto más largamente se ejerce (como lo muestra el hecho de que la disminución de la práctica cultural con la edad es menos marcada en la medida en que la duración de la escolaridad fue mayor), cuanta más competencia previa, adquirida por el contacto precoz y directo con las obras (que, como se sabe, siempre es más frecuente a medida que nos elevamos en la jerarquía social,[22] y que una atmósfera cultural favorable sostiene y transmite su eficacia)[23] esté a disposición de quienes sufren esa influencia. Es así como estudiantes de letras que recibieron durante muchos años una formación homogénea y homogeneizante y que fueron seleccionados continuamente según su grado de conformidad a las exigencias escolares, se mantienen separados por diferencias sistemáticas, tanto en sus prácticas como en sus preferencias culturales, según hayan salido de un medio más o menos cultivado y según el lapso mayor o menor transcurrido desde entonces; el conocimiento que tienen del teatro (medido según el número medio de asistencia a representaciones teatrales) es tanto mayor cuanto más elevada sea la categoría profesional a la que pertenezcan su padre o su abuelo (o *a fortiori*, uno y otro); además, para un valor fijo de cada una de esas variables (la categoría del padre o la del abuelo) la otra tiende por sí sola a jerarquizar el puntaje.[24] A causa de la lentitud del proceso de aculturación, diferencias sutiles, ligadas a la antigüedad del proceso a la cultura, continúan separando a individuos aparentemente iguales desde el punto de vista de los logros sociales e incluso de los logros escolares. También la nobleza cultural tiene ascendencia.[25]

3.2.4.2. Sólo una institución como la escuela, cuya función específica consiste en desarrollar o crear metódicamente las disposiciones que caracterizan al hombre cultivado y que constituyen el soporte de una práctica durable e intensa cuantitativamente y, por eso, cualitativa-

mente, podría compensar, por lo menos parcialmente, la desventaja inicial de quienes no reciben de su medio familiar la incitación a la práctica cultural y la competencia presupuesta por todo discurso sobre las obras, pero sólo a condición de que emplee todos los medios disponibles para romper el encadenamiento circular de procesos acumulativos a que está condenada toda acción de educación cultural; en efecto, si la aprehensión de la obra de arte depende en su intensidad, en su modalidad y en su misma existencia del dominio que el espectador posee del código genérico y específico de la obra, es decir de su competencia, que él debe parcialmente al adiestramiento escolar, no ocurre otra cosa con la comunicación pedagógica, una de cuyas funciones es la de transmitir el código de las obras de cultura erudita al mismo tiempo que el código según el cual efectúa esa transmisión. Así pues, la intensidad y la modalidad de la comunicación son una vez más función de la cultura (como sistema de esquemas de percepción, de expresión y de pensamiento históricamente constituido y socialmente condicionado) que el receptor debe a su medio familiar y que se aproxima más o menos a la cultura erudita y a los modelos lingüísticos y culturales según los cuales la institución escolar efectúa la transmisión de esa cultura. Dado que la experiencia directa de las obras de la cultura erudita y la adquisición institucionalmente organizada de la cultura que es la condición de la experiencia adecuada de esas obras están sometidas a las mismas leyes (cf. § 2.3.2., 2.3.3. y 2.3.4.), se advierte hasta qué punto es difícil romper el encadenamiento de los efectos acumulativos por los cuales el capital cultural va al capital cultural; en rigor, basta que la institución escolar deje que actúen los mecanismos objetivos de la difusión cultural y se exima de trabajar sistemáticamente para dar a todos, en y por el mensaje pedagógico mismo, lo que reciben algunos por herencia familiar —es decir los instrumentos que condicionan la recepción adecuada del mensaje escolar—, para que reafirme y consagre con sus sanciones, tratándolas como desigualdades naturales, o sea como desigualdades de dones, las desigualdades socialmente condicionadas de las competencias culturales.

3.3. La ideología carismática se basa en una puesta entre paréntesis de la relación, evidente apenas se revela, entre la competencia artística y la educación, que es lo único que puede crear a la vez la disposición a reconocer un valor a los bienes culturales y la competencia que da un sentido a esa disposición permitiendo apropiarse de esos bienes. Por el hecho de que su competencia artística es el producto de una familiarización insensible y de una transferencia automática de aptitudes, los miembros de las clases privilegiadas se inclinan naturalmente a considerar un don de la naturaleza una herencia cultural que se transmite a través de aprendizajes inconscientes. Pero, además, las contradicciones y las ambigüedades de la relación que los más cultivados de ellos mantienen con su cultura están a la vez favorecidas y autorizadas por la paradoja que define la "realización" de la cultura como *devenir naturaleza*: dado que la cultura no se realiza más que negándose como tal, es decir como artificial y artificialmente adquirida, para devenir una segunda naturaleza, un *habitus*, un tener hecho ser, los virtuosos del juicio de gusto parecen tener acceso a una experiencia de la gracia estética tan perfectamente liberada de las imposiciones de la cultura y tan poco marcada por la larga paciencia de los aprendizajes de la que es producto esa experiencia, que al aludir a las condiciones y a los condicionamientos sociales que la hicieron posible aparece a la vez como una evidencia y como un escándalo (cf. § 1.3.1.). De lo que se deriva que los conocedores más advertidos son los defensores naturales de la ideología carismática, que concede a la obra de arte un poder de conversión mágico, capaz de despertar las virtualidades latentes en algunos elegidos, y que opone la experiencia auténtica de la obra de arte como "afección" del corazón o iluminación inmediata de la intuición a los laboriosos avances y los fríos comentarios de la inteligencia, silenciando las condiciones sociales y culturales de esa experiencia y tratando al mismo tiempo como una gracia de nacimiento la virtuosidad adquirida por una larga familiarización o por los ejercicios de un aprendizaje metódico. El silencio sobre las condiciones sociales de la apropiación de la cultura, o más

precisamente de la adquisición de la competencia artística como dominio del conjunto de los medios de apropiación específico de la obra de arte es un silencio *interesado*, ya que permite legitimar un privilegio social transformándolo en don de la naturaleza.[26]

Recordar que la cultura no reside en lo que uno es sino en lo que se tiene, o mejor, en lo que se ha llegado a ser, recordar las condiciones sociales que hacen posible la experiencia estética y la existencia de aquellos —aficionados al arte o "hombres de buen gusto"— para quienes ella es posible, recordar que la obra de arte no se entrega más que a aquellos que han recibido los medios de adquirir los medios de apropiársela y que no podrían intentar poseerla si ya no la poseyeran, en y por la posesión de los medios de posesión como posibilidad real de efectuar la toma de posesión, recordar, finalmente, que sólo algunos tienen la posibilidad real de aprovechar de la posibilidad pura y liberalmente ofrecida a todos de aprovechar de las obras expuestas en los museos, es poner en evidencia el resorte oculto de los efectos de la mayor parte de los usos sociales de la cultura.

La puesta entre paréntesis de las condiciones sociales que hacen posible la cultura y la cultura convertida en naturaleza, la naturaleza cultivada, dotada de todas las apariencias de la gracia y del don y no obstante adquirida, por consiguiente "merecida", es la condición que hace posible la ideología carismática, que permite conferir a la cultura, y en particular al "amor del arte", el lugar central que ocupan en la "sociodicea" burguesa. El burgués encuentra naturalmente en la cultura, como naturaleza cultivada y culta que ha llegado a ser naturaleza, el único principio posible de legitimación de su privilegio: no pudiendo invocar el derecho de la sangre (que su clase negó históricamente a la aristocracia), ni la naturaleza, que según la ideología "democrática" representa la universalidad, es decir el terreno en el que desaparecen todas las distinciones, ni las virtudes ascéticas que permitían a los burgueses de la primera generación invocar sus méritos, puede apelar a la naturaleza cultivada y a la cultura convertida en naturaleza, a lo que se llama a veces "la clase",

por una suerte de lapsus revelador, a "la educación", en el sentido de producto de la educación que parece no deberle nada a la educación,[27] a la *distinción*, gracia que es mérito y mérito que es gracia, mérito no adquirido que justifica las adquisiciones no merecidas, es decir la herencia. Para que la cultura pueda cumplir su función ideológica de principio de una cooptación de clase y de legitimación de ese modo de reclutamiento, hace falta y basta que sea *olvidado, enmascarado y negado* el lazo a la vez patente y oculto entre la cultura y la educación. La idea contra natura de una cultura de nacimiento, de un don cultural dispensado a algunos por la naturaleza es inseparable de la ceguera respecto de las funciones de la institución que asegura la rentabilidad de la herencia cultural y legitima la transmisión de esta última disimulando que cumple esa función: la escuela es, en efecto, la institución que, por sus veredictos formalmente irreprochables, transforma las desigualdades socialmente condicionadas ante la cultura en desigualdades de éxito, interpretadas como desigualdades de dones, que son también desigualdades de mérito.[28] Platón refiere, en el final de *La república*, que las almas que deben emprender otra vida tienen que elegir ellas mismas su "suerte" entre "modelos de vida" de toda clase y que, una vez hecha la elección, deben beber el agua del río Ameles, antes de volver a la tierra. La función que Platón confiere al agua del olvido incumbe en nuestras sociedades al tribunal universitario que, pretendiendo no conocer, en su equidad, más que alumnos iguales en derechos y en deberes, separados solamente por desigualdades de dones y de méritos, en realidad atribuye a los individuos títulos que están a la medida de su herencia cultural y por lo tanto de su condición social.

Desplazando simbólicamente el principio de lo que los distingue de las otras clases del terreno de la economía al terreno de la cultura, o mejor, multiplicando las diferencias propiamente económicas —las que crea la pura posesión de bienes materiales— por las diferencias que crea la posesión de bienes simbólicos tales como las obras de arte o por la búsqueda de distinciones simbólicas en la manera de usar esos bienes (económicos), en una palabra,

haciendo un dato de naturaleza de todo lo que define su "valor", es decir, empleando la palabra en el sentido lingüístico, su *distinción,* marca de diferencia que según el diccionario Littré separa de lo común "por un carácter de elegancia, de nobleza y de buen tono", las clases privilegiadas de la sociedad burguesa sustituyen la diferencia entre dos culturas, productos históricos de las condiciones sociales, por la diferencia de esencia entre dos naturalezas: una naturaleza naturalmente cultivada y una naturaleza naturalmente natural. [29] De ese modo, la sacralización de la cultura y del arte, esa "moneda del absoluto" que adora una sociedad sometida al absoluto de la moneda, desempeña una función vital contribuyendo a la consagración del orden social: para que los hombres de cultura puedan creer en la barbarie y persuadir a los bárbaros desde dentro de su propia barbarie es necesario y basta que logren disimularse y disimular las condiciones sociales que hacen posible no solamente la cultura como segunda naturaleza, en la que la sociedad reconoce la excelencia humana, o el "buen gusto" como "realización" en un *habitus* de la estética de las clases dominantes, sino también la dominación legitimada (o, si se quiere, la legitimidad) de una definición particular de la cultura. Y, para que el círculo ideológico se cierre perfectamente, basta que esos hombres de cultura encuentren en una representación esencialista de la bipartición de su sociedad en bárbaros y civilizados la justificación de su derecho a disponer de las condiciones que producen la posesión de la cultura y la desposesión cultural, estado de "naturaleza" destinado a aparecer como fundado en la naturaleza de los hombres que están condenados a ella.

Si tal es la función de la cultura y si el amor del arte es precisamente la marca de la elección que separa, como una barrera invisible e infranqueable, a los que han sido tocados por la gracia de los que no la han recibido, se comprende que los museos traicionan, en los menores detalles de su morfología y de su organización, su verdadera función, que es la de reforzar en unos el sentimiento de pertenencia y en otros el sentimiento de la exclusión. [30] Todo, en esos templos cívicos en donde la sociedad burgue-

sa deposita lo más sagrado que posee, es decir las reliquias heredadas de un pasado que no es el suyo, en esos lugares sagrados del arte, donde algunos elegidos acuden a alimentar una fe de virtuosos mientras que conformistas y falsos devotos van a cumplimentar un ritual de clase, palacios antiguos o grandes mansiones históricas a los que el siglo XIX ha agregado edificios imponentes, construidos a menudo en el estilo grecorromano de los santuarios cívicos, todo contribuye a indicar que el mundo del arte se opone al mundo de la vida cotidiana, como lo sagrado a lo profano. El carácter intocable de los objetos, el silencio religioso que se impone a los visitantes, el ascetismo puritano del equipamiento, siempre escaso y poco confortable, el rechazo casi sistemático de toda didáctica, la solemnidad grandiosa de la decoración y del decoro —columnatas, vastas galerías, cielorrasos decorados, escaleras monumentales, tanto exteriores como interiores—, todo parece hecho para recordar que el paso del mundo profano al mundo sagrado supone, como dice Durkheim, "una verdadera metamorfosis", una conversión radical de los espíritus, que el relacionar los dos universos "es siempre, por sí misma, una operación delicada que requiere precauciones y una iniciación más o menos complicada", que "ni siquiera es posible sin que lo profano pierda sus características específicas, sin que se convierta en sagrado en alguna medida y en algún grado".[31] Si, por su carácter sagrado, la obra de arte exige disposiciones o predisposiciones particulares, por otra parte otorga su consagración a aquellos que satisfacen sus exigencias, a esos elegidos que se han seleccionado a sí mismos por su aptitud para responder a su llamado.

El museo ofrece a todos, como una herencia pública, los monumentos de un pasado esplendor, instrumentos de la glorificación suntuaria de los grandes del pasado; pero esa liberalidad es artificial, ya que la entrada libre es también entrada facultativa, reservada a aquellos que, dotados de la facultad de apropiarse las obras, tienen el privilegio de usar esa libertad y que se encuentran por eso legitimados en su privilegio, es decir en la propiedad de los medios de apropiarse los bienes culturales, o, para

hablar como Max Weber, en el *monopolio* de la manipulación de los bienes de cultura y de los signos institucionales (otorgados por la escuela) de la salvación cultural. Piedra angular de un sistema que no puede funcionar más que disimulando su verdadera función, la representación carismática de la experiencia artística nunca desempeña tan bien su función mistificadora como cuando adopta un lenguaje "democrático":[32] conceder a la obra de arte el poder de despertar la gracia de la iluminación estética en toda persona, por desprovista que esté culturalmente, es atribuir, en todos los casos, a los azares insondables de la gracia o a la arbitrariedad de los "dones", aptitudes que siempre son el producto de una educación desigualmente repartida, y, por lo tanto, estar dispuesto a tratar como virtudes propias de la persona, a la vez naturales y meritorias, aptitudes heredadas. La ideología carismática no tendría la misma fuerza si no constituyera el único medio formalmente irreprochable de justificar el derecho de los herederos a la herencia sin contradecir el ideal de la democracia formal si, en ese caso particular, no tendiera a fundar en naturaleza el derecho exclusivo de la burguesía a apropiarse los tesoros artísticos, a apropiárselos *simbólicamente*, es decir de la única manera legítima en una sociedad que pretende entregar a todos, "democráticamente", las reliquias de un pasado aristocrático.[33]

Notas

[1] E. Panofsky, "Iconography and iconology: An introduction to the study of Renaissance art", *Meaning in the visual arts*, Doubleday and Co., Nueva York, 1955, pp. 33-35 [*El significado en las artes visuales*, Infinito, Buenos Aires, 1971].

[2] *Íd.*, "Die Perspektive als 'symbolische Form', *Vorträge der Bibliothek Warbur: Vorträge 1924-25*, Leipzig, Berlín, pp. 257 y ss.

[3] De todos los malentendidos sobre la cifra el más pernicioso es tal vez el malentendido "humanista". Éste, mediante la negación, o mejor, la "neutralización", en el sentido de los fenomenólogos, de todo lo que constituye la especificidad de las culturas arbitrariamente integradas en el panteón de la "cultura universal", tiende a presentar al hombre griego o romano como una realización particularmente lograda de la "naturaleza humana" en su universalidad.

[4] Es el mismo etnocentrismo que lleva a tener por realista una representación de lo real que si aparece como "objetiva" no se debe a su concordancia con la realidad misma de las cosas (ya que esta "realidad" nunca se ofrece más que a través de formas de aprehensión socialmente condicionadas), sino a la conformidad de las reglas que definen su sintaxis en su uso social con una definición social de la visión objetiva del mundo; al conferir a ciertas representaciones de lo "real" (a la fotografía, por ejemplo) un certificado de realismo, la sociedad no hace más que confirmarse a sí misma en la certidumbre tautológica de que una imagen de lo real conforme a su representación de la objetividad es verdaderamente objetiva.

[5] E. Panofsky, "The history of art as a humanistic discipline" *Meaning in the visual arts*, cit., p. 17.

[6] Estas citas están tomadas de dos artículos aparecidos en alemán: "Über das Verhältnis der Kunstgeschichte zur Kunsttheorie", *Zeitschrift für Aesthetik und allgemeine Kunstwissenschaft*, XVIII, 1925, pp. 29 y ss. y "Zum Problem der Beschreibung und Inhaltsdeutung von Werken der bildenden Kunst", *Logos* XXI, 1932, pp. 103 y ss., reeditados, con algunas modificaciones, en "Iconography and iconology", *loc. cit.*, pp. 26-54.

[7] Las leyes que rigen la recepción de las obras de arte son un caso particular de las leyes de la difusión cultural: cualquiera que sea la naturaleza del mensaje —profecía religiosa, discurso político, imagen publicitaria, objeto técnico, etcétera—, la recepción es función de las categorías de percepción, de pensamiento y de acción de los receptores. En una sociedad diferenciada se establece una relación estrecha entre la naturaleza y la cualidad de las informaciones emitidas y la estructura del público, de modo que su "legibilidad" y su eficacia son tanto más fuertes cuanto más directamente encuentren las expectativas, implícitas o explícitas, que los receptores deben principalmente a su educación familiar y a sus condiciones sociales (y también, por lo menos en materia de cultura erudita, a su educación escolar) y que la presión difusa del grupo de referencia mantiene, sostiene y refuerza mediante incesantes apelaciones a la norma. Sobre la base de esta correspondencia entre el nivel de emisión del mensaje y la estructura del público, considerada como indicador de nivel de recepción, se ha podido construir el modelo matemático de la frecuentación.

de los museos (Cf. P. Bourdieu y A. Darbel, con D. Schnapper: *L'amour de l'art, les musées et leur public*, Éditions de Minuit, París, 1966, pp. 99 y ss.).

[8] Para mostrar que ésa es justamente la lógica de la transmisión de los mensajes en la vida cotidiana, basta citar este intercambio escuchado en un café: "Una cerveza" — "¿De barril o en botella?" — "De barril" — "¿Blanca o negra?" — "Blanca" — "¿Francesa o alemana?" — "Francesa".

[9] Más que por las opiniones expresadas ante las obras de la cultura erudita (pinturas y esculturas, por ejemplo) que, por su alto grado de legitimidad, son capaces de imponer juicios inspirados por la búsqueda de la conformidad, los principios del "gusto popular" se traducen mediante la producción fotográfica y los juicios sobre imágenes fotográficas. (Cf. P. Bourdieu, *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie*, Éditions de Minuit, París, 1965, pp. 113-134.)

[10] R. Longhi, citado por Berne Joffroy, *Le dossier Caravage*, Éditions de Minuit, París, 1959, pp. 100-101.

[11] Berne Joffroy, *op. cit.*, p. 9. Habría que examinar sistemáticamente la relación que se establece entre la transformación de los instrumentos de percepción y la transformación de los instrumentos de producción artística, ya que la evolución de la imagen pública de las obras pasadas está indisociablemente ligada a la evolución del arte. Como observa Lionello Venturi, Vasari descubre a Giotto partiendo de Miguel Angel, y Belloni reconsidera a Rafael a partir de Carrache y de Poussin.

[12] B. de Schloezer, *Introduction à J. S. Bach. Essai d'esthétique musicale*, N.R.F., París, 1947, p. 37.

[13] Se entiende que el nivel de emisión no puede ser definido de manera absoluta, por el hecho de que la misma obra puede ofrecer significaciones de niveles diferentes según el marco de interpretación que se le aplique (cf. § 2.1.1.); así como el "western" puede ser objeto de la adhesión ingenua de la simple *aisthesis* (cf. § 2.1.3.) o de una lectura erudita, armada del conocimiento de las tradiciones y de las reglas del género, del mismo modo una obra pictórica ofrece significaciones de niveles diferentes y puede, por ejemplo, satisfacer el interés por la anécdota o por el contenido informativo (en particular, histórico) o, en cambio, interesar sólo por sus propiedades formales.

[14] Esto es válido para toda formación cultural, forma artística, teoría científica o teoría política; los *habitus* antiguos pueden sobrevivir durante mucho tiempo a una revolución de los códigos sociales e incluso de las condiciones sociales que producen esos códigos.

[15] F. Boas, *Anthropology and modern life*, Norton, Nueva York, 1962, p. 196.

[16] El estudio de las características del público de los museos europeos pone de manifiesto que los museos que presentan obras de arte moderno tienen el nivel de emisión más elevado, y por lo tanto el público más cultivado (P. Bourdieu y A. Darbel, *op. cit.*).

[17] Cf. P. Bourdieu, "Campo intelectual y proyecto creador", en: Jean Pouillon y otros, *Problemas del estructuralismo*, Siglo XXI, México, 1967.

[18] La transmisión escolar desempeña siempre una función de legitimación, aunque sólo sea por la consagración que otorga a las obras que constituye como dignas de ser admiradas al transmitirlas, contribuyendo así a definir la jerarquía de los bienes culturales válida en una sociedad dada, en un momento dado (sobre la jerarquía de los bienes culturales y los grados de legitimidad, cf. P. Bourdieu, *Un art moyen*, cit., pp. 134-138).

[19] L. S. Vygotsky ha establecido experimentalmente la validez de las leyes generales de la transferencia del aprendizaje en el ámbito de las aptitudes escolares: "Las premisas psicológicas de la educación en diferentes campos escolares son, en gran medida, las mismas: la educación recibida en un campo dado influye en el desarrollo de las funciones superiores mucho más allá de las fronteras de ese ámbito particular; las principales funciones psicológicas implicadas en los diferentes campos de estudio son interdependientes, y sus bases comunes son la conciencia y el dominio deliberados, es decir los aportes principales de la escolarización" (L. S. Vygotsky, *Thought and language*, editado y traducido del ruso por E. Hanfmann y G. Vakar, MIT Press, Cambridge, 1962, p. 102).

[20] Una crítica de la ideología de los "desniveles" de los gustos y de los conocimientos en los diferentes ámbitos artísticos (música, pintura, etcétera) y del mito, muy difundido, de la "penetración cultural" (según la cual, por ejemplo, un individuo que no tuviera ninguna cultura pictórica podría realizar obras de arte en fotografía), todos ellos representaciones que contribuyen a reforzar la ideología del don, puede encontrarse en: P. Bourdieu, *Un art moyen*, cit., primera parte.

[21] Esto es válido, en realidad, para toda enseñanza. Se sabe, por ejemplo, que con la lengua materna hay estructuras lógicas, más o menos complejas según la complejidad de la lengua utilizada en el medio familiar, que se adquieren de manera inconsciente y que predisponen desigualmente al desciframiento y al manejo de estructuras que implica una demostración matemática tanto como la comprensión de una obra de arte.

[22] Cf. P. Bourdieu y A. Darbel, *op. cit.*, p. 90.

[23] La pertenencia a un grupo social caracterizado por una elevada tasa de práctica contribuye a mantener, sostener y reforzar la disposición cultivada; no obstante, las presiones o las incitacio-

nes difusas del grupo de referencia se experimentan con mayor vivacidad cuanto más grande es la disposición a recibirlas, ligada a la competencia artística. (Sobre el efecto de las exposiciones y del turismo, más fuertemente insertados en los ritmos colectivos que la visita habitual al museo, y por eso más aptos para recordar las normas difusas de práctica a quienes tienen ambiciones culturales más altas, es decir a quienes pertenecen o aspiran a pertenecer a la clase cultivada, cf. P. Bourdieu y A. Darbel, *op. cit.*, p. 51 y pp. 115-119.) Si, por ejemplo, la mayoría de los estudiantes manifiestan una especie de bulimia cultural, es porque la incitación a la práctica ejercida por los grupos de referencia es, en su caso, particularmente fuerte; también se debe, sobre todo, a que el acceso a la enseñanza superior marca la entrada en el mundo cultivado, por lo tanto el acceso al derecho y —lo que equivale a lo mismo— al deber de apropiarse la cultura.

[24] Cf. P. Bourdieu y J. C. Passeron, *Les étudiants et leurs études*, Mouton, París-La Haya, 1964, pp. 96-97 (*Cahiers du C.S.E.* nº 1).

[25] Se observan variaciones equivalentes en el campo de las prácticas y de las preferencias artísticas.

[26] Es la misma autonomización de las "necesidades" o de las "propensiones" respecto de las condiciones sociales de su producción lo que incita a algunos a describir como "necesidades culturales" las opiniones o las preferencias efectivamente expresadas y efectivamente comprobadas por las encuestas de opinión o de consumo cultural, y a sancionar la división de la sociedad entre los que experimentan "necesidades culturales" y los que están privados de esta privación, aunque sin enunciar o denunciar la causa de esa situación.

[27] Así lo entendía esa persona de edad, muy cultivada, que declaraba, en el curso de una entrevista: "La educación, señor, es innata".

[28] Cf. P. Bourdieu, "L'école conservatrice", *Revue Française de Sociologie*, VII, 1966, pp. 325-347, y particularmente pp. 346-347.

[29] No es posible mostrar aquí que la dialéctica de la divulgación y de la distinción sea uno de los motores del cambio de los modelos del consumo artístico, dado que las clases distinguidas se ven impulsadas incesantemente por la divulgación de sus propiedades distintivas a buscar en nuevos consumos simbólicos nuevos principios de distinción (Cf. P. Bourdieu, *Un art moyen*, cit., p. 73 y "Condición de clase y posición de clase", en: Filippo Barbano y otros, *Estructuralismo y sociología*, selección de José Sazbón, Nueva Visión, Buenos Aires, 1970, pp. 71-100).

[30] No es raro que los visitantes de las clases populares expresen de manera explícita el sentimiento de exclusión que se trasluce, por lo demás, en todo su comportamiento. Es así como ven a veces en la ausencia de toda indicación capaz de facilitar la visita (flechas que indiquen el sentido del recorrido, letreros expli-

cativos, etcétera), la expresión de una voluntad de excluir mediante el esoterismo. En realidad, la introducción de ayudantes pedagógicos y didácticos no cubriría verdaderamente la falta de formación escolar, pero proclamaría al menos el derecho de ignorar, el derecho de estar allí ignorando, el derecho de los ignorantes a estar allí; derecho que todo, en la presentación de las obras y la organización del museo, contribuye actualmente a negar, como lo prueba esta reflexión escuchada en el castillo de Versalles: "Este castillo no fue hecho para el pueblo, y eso no ha cambiado".

31 E. Durkheim, *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Presses universitaires de France, París, 1960, 6a. ed., pp. 55-56 [*Las formas elementales de la vida religiosa*, Schapire, Buenos Aires, 1965.] El paso de una exposición danesa que presentaba muebles y utensilios modernos en las salas de cerámica antigua del museo de Lila determinaba en los visitantes tal "conversión", que puede resumirse en las siguientes oposiciones, las mismas que separan al museo de la gran tienda: ruido-silencio; tacto-vista; exploración rápida, sin orden, al azar del descubrimiento-inspección lenta, metódica y conforme a un orden obligado; libertad-imposición; apreciación económica de obras susceptibles de comprarse-apreciación estética de obras "sin precio". Pero, a pesar de esas diferencias ligadas a las cosas expuestas, el efecto de solemnización (y de distanciamiento) del museo no deja de actuar, contrariamente a las apariencias: en efecto, el público de la exposición danesa tiene una estructura más "aristocrática" (desde el punto de vista del nivel de instrucción) que el público normal del museo. El solo hecho de que sus obras estén consagradas por su exposición en un lugar consagrado basta, en sí, para cambiar profundamente la significación y, más precisamente, para elevar el nivel de emisión de esas obras que, presentadas en un lugar más familiar, una gran tienda por ejemplo, serían más accesibles (Cf. P. Bourdieu y A. Darbel, *op. cit.*, pp. 73-74 y 118).

32 Por eso no se debe conceder demasiada importancia a las diferencias de pura forma entre las expresiones "aristocráticas" y "democráticas", "patricias" y "paternalistas" de esta ideología

33 En el campo de la enseñanza, la ideología del don desempeña las mismas funciones de enmascaramiento: permite a una institución que, como la enseñanza literaria en Francia, otorga una "educación del despertar" —para hablar como Max Weber, que supone entre el alumno y el maestro una comunidad de valores y de cultura que sólo se encuentra cuando el sistema se relaciona con sus propios herederos— disimular su verdadera función, que es la de consagrar, y por eso, de legitimar, el derecho de los herederos a la herencia cultural.

Roger L. Brown

El proceso de creación en la cultura de masas

Es un hecho generalmente aceptado que cuando a comienzos del siglo XX surgieron los grandes medios de información se modificó radicalmente la vida cultural de las sociedades fuertemente industrializadas. Asimismo, la mayoría de los historiadores de la vida social admiten que la creciente importancia de las formas de la cultura de masas difundidas por esos medios ha apresurado la desaparición de muchas culturas folklóricas, y quizás también de las culturas locales autónomas que se habían desarrollado en el siglo XIX en los medios obreros de las grandes ciudades. En cambio aparecen graves desacuerdos cuando se plantea la cuestión de los efectos de la cultura de masas sobre las bellas artes, las llamadas artes "nobles" y "serias". Y cuando los críticos abordan el problema de la *calidad* de las formas más nuevas de la cultura de masas, las opiniones expresadas se polarizan rápidamente y resultan aparentemente inconciliables. Sin duda esto se debe, en parte, a la falta de precisión de los conceptos utilizados, y también a que la mayoría de éstos —la "cultura de masas" de los Bauer, por ejemplo, o la tricotomía de Shils, que distingue niveles culturales "superior", "mediocre" y "tosco"— se utilizan frecuentemente al mismo tiempo como instrumentos heurísticos y como rótulos evaluativos. [1]

Se ha respondido de distinta manera a las críticas más pesimistas. Toffler y Berelson intentan ofrecer datos que prueben que ya se ha producido y apreciado mucho arte serio y que se sigue produciendo cada vez más. [2] Los Bauer pretenden que el pesimismo de los críticos se explica por el hecho de que éstos forman parte de una élite intelectual que ocupa una situación relativamente marginal en la sociedad, aunque ya se ha combatido este intento de análisis de la situación mediante una "sociedad del conocimiento".[3] También se puede examinar el modo de producción de la cultura de masas contemporánea y las características de sus creadores. En realidad, este procedimiento nos lo inspira la cantidad de caracterizaciones críticas de la cultura de masas que se refieren explícita o implícitamente a esa fase del proceso cultural. Van den Haag, por ejemplo, sugiere que "contrariamente a todos los demás tipos de cul-

tura, la cultura de masas —estilo de vida completo con su propia manera de sentir, de pensar, de creer y de actuar— ha sido posibilitada, y, en definitiva, hecho necesaria, por la producción en serie".[4] Fiedler estima que "los artículos de la cultura de masas no están hechos para ser conservados cuidadosamente, sino para tirarse... El derroche manifiesto que antes era patrimonio de una élite está ahora al alcance de cualquiera".[5] Arendt, por su parte, plantea en principio que existe una semejanza entre la cultura de masas y productos más tangibles: "las mercancías propuestas por la industria del ocio son, en efecto, consumidas por la sociedad como cualquier otro bien de consumo".[6] Tal vez sea innecesario señalar que estas observaciones, particularmente las dos últimas, no sólo sugieren "descripciones" de la cultura de masas y de la manera como es producida, sino que condenan implícitamente tanto el producto como el proceso.

Resumiendo: a menudo se pretende que la cultura de masas es necesariamente de calidad inferior por su particular modo de producción; ahora bien, esta afirmación merece un examen más preciso del que generalmente se hace. Numerosos centros de producción de la cultura de masas son, con toda razón, considerados como empresas industriales, teniendo en cuenta la amplitud de sus operaciones, la tecnología que utilizan y la manera como están organizados; pero la cuestión que en realidad conviene plantear es la de saber en qué medida las técnicas industriales son aplicadas al proceso mismo de creación.[7] En la medida en que se dedican a lo que Williams llama la "difusión múltiple" de las obras de la cultura de masas,[8] los centros responsables —o sea las editoriales, los productores cinematográficos, los editores de discos y, hasta cierto punto, los organismos de radiodifusión— utilizan efectivamente las técnicas industriales de la producción en serie. Estas técnicas son, en efecto, las únicas que permiten la distribución rápida y poco costosa, en amplios mercados, de ejemplares uniformes de esos productos. La imprenta, que es el más antiguo de los grandes medios de información, siempre ha sido en este sentido una industria de producción en serie: la imprenta permite reproducir

un número prácticamente ilimitado de ejemplares del mismo periódico a partir de una sola forma tipográfica. En la industria cinematográfica se pueden sacar un gran número de copias del mismo film a partir de un solo negativo, del mismo modo que numerosas copias de un disco pueden salir de la misma matriz. En cuanto a la radiodifusión, la situación es diferente, porque en la onda modulada reside la base técnica de la difusión, aunque, desde luego, el desarrollo mismo de la radiodifusión se debe a la expansión de la industria de fabricación de receptores. Sin embargo, el hecho de que las técnicas de producción en serie —y las organizaciones burocráticas oficiales que surgen a la par de éstas— desempeñen un papel central en la circulación de las obras de la cultura de masas no influye necesariamente sobre la calidad de lo que se produce o sobre la manera como trabajan los artistas creadores.[9] No obstante, se alega a menudo que el proceso creador en el campo de la cultura de masas está organizado de acuerdo con métodos muy cercanos a los que exigen las técnicas de difusión en serie y las dimensiones mismas de los centros de producción.

La tendencia a desdibujar la línea de demarcación entre las actividades de creación y de difusión de los centros de cultura de masas aparece con toda claridad en las siguientes observaciones de Coser:

"Las industrias especializadas en la producción de la cultura de masas presentan fundamentales semejanzas con las demás industrias de producción masiva. En los dos casos, el proceso de producción requiere una compleja división del trabajo y la coordinación jerarquizada de un gran número de actividades especializadas. Ningún trabajador de esas industrias, por elevado que sea su puesto, tiene preponderancia en la elaboración de tal o cual producto. Ese producto es el resultado de los esfuerzos coordinados de todo el equipo de producción, lo que hace difícil que cada miembro del equipo pueda precisar claramente su contribución particular."[10]

Evidentemente, Coser piensa aquí en el lugar que ocupa el escritor en la industria cinematográfica de Hollywood, y esa descripción quizá se ajuste bastante a lo que

sucedía en los grandes estudios en sus mejores tiempos, antes del surgimiento de la televisión. Pero ya no caracterizaría tan bien en la actualidad al sector de producción de la industria cinematográfica norteamericana, dado que han aparecido recientemente un cierto número de pequeñas sociedades creadas esencialmente para la producción de un solo film. Parece, en efecto, que nuestras ideas sobre el modo de producción de la cultura de masas han estado muy influidas por la situación que prevalecía en la industria cinematográfica de un país determinado, en una etapa determinada de su desarrollo. [11]

Uno de los argumentos implícitos de la descripción de Coser merece una atención particular. Cuando se dice que las industrias de cultura de masas se caracterizan por "la coordinación jerarquizada de numerosas actividades especializadas", se está suponiendo que aquéllas se oponen intrínsecamente a la creación de obras de arte válidas.

No obstante, sería equivocado sugerir que la producción de obras de arte en el marco de organizaciones complejas, y hasta burocráticas, implica necesariamente que esas obras carezcan de todo mérito artístico. Las compañías de ópera y de ballet de mayor celebridad son en sí mismas vastas organizaciones dentro de las cuales la división del trabajo está tan desarrollada como en cualquiera de las mayores compañías cinematográficas de Hollywood. De todos modos, existen, desde luego, diferencias (entre ellas, diferencias de "nivel" cultural) entre lo que produce una compañía de ópera o de ballet y la clase de film que asociamos a Hollywood, particularmente durante el período anterior al surgimiento de la televisión. Y no es difícil encontrar las razones de esas diferencias. En primer lugar, la política de la institución en cuestión es de una importancia primordial para determinar lo que será el producto final: en el caso de una compañía de ópera o de ballet, se trata esencialmente de presenciar los mejores espectáculos posibles de obras clásicas y modernas bajo formas apropiadas, mientras que las compañías cinematográficas, por su parte, piensan sobre todo en objetivos comerciales, particularmente después de la gran crisis económica de los años 30, cuando los estudios de Holly-

wood llegaron a estar cada vez más controlados por los altos grupos financieros y los bancos. La política diferente adoptada por esos dos tipos de empresas artísticas se manifiesta inevitablemente en el papel decisivo adjudicado al director musical o al coreógrafo por la compañía de ópera o de ballet, por una parte, y en el papel menos preponderante asignado al director cinematográfico, por otra. Sin embargo, parece que en el seno de una organización compleja es tan posible que se confiera una autoridad efectiva a un director artístico como a un contador. El mismo tipo de estructura puede prestarse a una gama muy amplia de objetivos. [12]

También se podría suponer, teniendo en cuenta lo anterior, que las industrias de cultura de masas encaran sus problemas de creación de una manera enteramente racional, y que aplican toda la gama de técnicas comerciales centradas sobre los precios de fabricación a la elaboración de una serie de nuevos productos. Sin embargo, a juzgar por lo que dice Powdermaker sobre la manera en que un gran estudio de Hollywood encara la realización de un guión técnico, pareciera que las cosas se hacen desordenadamente y que los métodos empleados para prever el precio de fabricación son mucho más complejos de los que se aplican normalmente en la industria manufacturera de tipo clásico. [13] También es interesante verificar que el carácter tan flexible de la estructura general parece dejar a los directores y productores gran margen para expresar su temperamento "artístico".

Desde luego, la tecnología de los nuevos medios de información —film y televisión— ha hecho surgir toda una nueva gama de especialidades profesionales (electricistas, camarógrafos, personal encargado de la escenografía, etcétera) y los que desempeñan esas funciones deben someterse a una organización y una dirección si se quiere hacer el trabajo bien. Pero del mismo equipo de especialistas puede surgir tanto *El acorazado Potemkin* o *El ciudadano* como un western de la categoría "B". La elección del tipo de organización puede estar dictada por la tecnología del modo de expresión empleado, pero la calidad artística del producto terminado se basa mucho más en

la actitud de los que desempeñan las principales funciones creadoras y en el ambiente general socio-cultural.[14] De todos modos, hay que reconocer que un equipo organizado de técnicos es un instrumento que se presta fácilmente a la fabricación en serie de obras artísticas extremadamente estereotipadas. Los folletines dramáticos y cómicos que invaden actualmente la red norteamericana de televisión y ocupan una buena parte de los programas de televisión de otros países, son producidos exactamente de esa manera (y muchos de ellos por filiales de los "cinco grandes" de los comienzos de Hollywood). Es interesante averiguar las condiciones que han llevado a esa utilización extremadamente mecanizada de los recursos de la producción y sus consecuencias en cuanto a la calidad del producto final.

Habitualmente se dice que los medios de comunicación de masas tienen avidez por la novedad. Evidentemente ese estado de cosas se origina parcialmente en la naturaleza misma de esos medios. En cuanto a aquellos que otorgan un gran espacio a la publicidad, de la que en gran medida dependen, todo está regido por la novedad, que es un factor central de la venta. El estilo de las anécdotas o de los programas en los que se insertan los avisos publicitarios puede quedar desactualizado por la simple introducción de modas nuevas. Además —y esto es todavía más importante—, la economía de los medios de comunicación de masas hace necesario un aporte constante de nuevas obras. Para "marchar bien" y conservar sus lectores, una revista debe proponer todas las semanas algo novedoso, mientras que la industria del libro de bolsillo es tributaria de una compleja red de distribución y de la exposición de una gran cantidad de títulos en los puestos de venta. A pesar de los estudios de mercado, es apenas aproximativa la previsión de la evolución del gusto del público, de modo que todos los años debe lanzarse un gran número de nuevos productos para que del conjunto surja una cantidad suficiente de "best-sellers". Los productos de un organismo de radiodifusión tienen un carácter efímero por su propia naturaleza, y en una situación competitiva generalmente no se tiende a retransmitir

con modificaciones audiciones o programas, grabados o filmados. Cualquiera que sea el medio de comunicación, toda nueva obra de la cultura de masas alcanza la totalidad de su mercado potencial, si no instantáneamente, sí al menos al cabo de algunos días o algunas semanas. La misma difusión múltiple significa que los centros de producción deben enfrentar una penuria crónica de nuevas obras artísticas.

Evidentemente, por lo general se resuelve este problema volviendo a utilizar al infinito los mismos elementos artísticos, modificándolos y reacomodándolos para otorgarles un aspecto novedoso. El autor que se sienta a su mesa de trabajo para escribir un relato destinado a una revista femenina dispone de un cierto número de personajes clásicos, de situaciones dramáticas, de posibles escenas e intrigas. Su trabajo consiste en reunir esos elementos (agregándoles, por cierto, algunos rasgos verdaderamente personales) y hacer con ellos una *Gestalt* satisfactoria. En un sentido, su situación recuerda a la del arquitecto que se encuentra ante un conjunto de elementos modulares estandarizados de construcción, o a la de un técnico encargado de un taller de montaje de automóviles que tiene ante sí toda una serie de chasis, motores y piezas con las que puede construir modelos diferentes. Y, evidentemente, el carácter comercial de la obra de un autor es tanto más marcado cuanto más se concentre en la utilización de elementos que ya han sido probados en el mercado. En nuestros días los folletines televisados son, sin duda, los ejemplos más reveladores a este respecto, aunque también podemos encontrarlos en los westerns y en algunos de los episodios más largos de las novelas policiales. Naturalmente, los censores de la cultura de masas han condenado el resultado final de esas operaciones de sustitución, considerándolo algo cristalizado y desesperadamente estereotipado.[15]

Pero es demasiado fácil introducir clandestinamente juicios de valor en el debate. Decir que las intrigas de los westerns o de los folletines televisivos tienden a ser "estereotipados" es emitir de entrada un juicio negativo: el hecho de que haya cierto número de elementos necesa-

rios a disposición del escritor cuando escribe el guión de un nuevo film o el texto de un nuevo programa puede ser una ventaja desde el punto de vista artístico; indudablemente, en un sentido se le facilita la tarea creativa ya que dispone de ciertos imperativos que debe respetar, y esto puede permitirle concentrarse en otros aspectos de su trabajo. También aquí, con el tiempo, se pueden estudiar todas las permutaciones y combinaciones permitidas por los elementos con que se cuenta, y descubrir cuáles son eficaces desde el punto de vista artístico, y cuáles no lo son. La situación del artista que trabaja para un medio de comunicación de masas y se sirve de elementos ya existentes no es tan diferente, en este sentido, de la de muchísimos artistas "serios" que en el pasado respetaron tradiciones bien establecidas. En realidad, la mayoría de los artistas utilizan fórmulas ya hechas, tanto si se trata de la estructura del soneto isabelino como del dibujo en perspectiva, de la forma de una sonata o de la gama dodecafónica. Desde luego, el arte tiene una historia cuyos principales hitos fueron establecidos por artistas que utilizaron las formas tradicionales de un modo absolutamente novedoso, o que legitimaron derogaciones importantes de las técnicas establecidas. Pero el mismo genio innovador edifica su obra mediante materiales ya existentes: *Hamlet* es un drama de la venganza, sin dejar de ser mucho más que eso, mientras que *Medida por medida* es, en parte, una moraleja, aunque se trate de una obra infinitamente más compleja que las obras medievales del mismo tipo. En un nivel mucho menos elevado, los westerns como *Shane* o *A la hora señalada* utilizan un género bien establecido, al mismo tiempo que lo superan con comentarios inéditos e iluminando nuevos aspectos de la complejidad del alma humana. La cultura de masas tiene sus tradiciones, igual que las artes "nobles", pero lo importante es la manera en que se utiliza la tradición, y no el hecho de que esa tradición exista. Y la obra de cultura de masas que se arriesga más allá de los límites de la tradición adquiere tal vez su fuerza por la tensión misma que se crea entre el respeto de las convenciones y su rechazo.

Si la cultura de masas difundida por los grandes medios de comunicación tiende efectivamente a la estandarización y la uniformidad, esto quizás no se deba a factores tales como el empleo de los métodos de montaje que utiliza uno u otro de esos medios en un momento determinado. Los centros de cultura de masas que se disputan el mismo público —ya sea que la competencia se origine en los esfuerzos tendientes a incrementar los recursos publicitarios impulsando al máximo las "ventas garantizadas", o que se deba a cualquier otra causa— tenderán inevitablemente a imitarse unos a otros. Una revista que logre inflar sus ventas aprovechando una fórmula original será imitada muy pronto, y lo mismo vale para redes de televisión competidoras. En realidad, el incremento del *número* de los centros de cultura de masas no significa necesariamente que se esté ofreciendo una *gama* más amplia de productos: lo que puede ocurrir es exactamente lo contrario. Pero esto se debe más a la estructura de conjunto de la industria que a la táctica adoptada por una empresa para conjurar una amenaza de escasez de obras artísticas.

De todos modos, ¿cuáles son, para los creadores, las consecuencias de la manera como se produce la cultura de masas? ¿En qué difiere el papel del artista o del creador en la industria cultural de ese mismo papel en el mundo de las artes "nobles"?

Lamentablemente son muy escasas las investigaciones sobre las opiniones y motivaciones del personal de los medios de comunicación de masas; además, sólo una ínfima parte de las investigaciones publicadas se refieren específicamente a los artistas y creadores. [16] Sin embargo, así como para las descripciones del modo en que se organiza el proceso creativo, existen también en la literatura crítica sobre estos temas algunas generalizaciones que merecen, por su parte, un examen atento.

Por ejemplo, se afirma a menudo que el hecho de trabajar en una industria de la cultura de masas impone una tensión considerable al creador auténtico. Los censores de este tipo de cultura sostienen que las empresas de producción encaran necesariamente las obras de la cultura de masas desde el punto de vista de la eficacia, mientras que

el personal creador que emplean considera que su tarea es esencialmente expresión. [17]

Sin embargo, se puede sostener convincentemente que en el pasado numerosos creadores de las artes "nobles" dieron prueba de motivaciones que se originaban tanto en un afán de eficacia como en un afán de expresión. El público que uno podría esperar ver reunido en el Teatro del Globo o, más adelante, en los "Blackfriars" reaparece en las obras de Shakespeare, quien, por su parte, poseía acciones en la compañía para la cual escribía; del mismo modo, las obras más hermosas de la música barroca fueron compuestas, en gran parte, a pedido, y la carrera de sus autores dependía de la satisfacción de los clientes. Remontándonos más lejos, podemos comprobar hasta qué punto muchos artistas del Renacimiento italiano eran tributarios de los caprichos de sus mecenas —los que sufrían de indecisión crónica—, lo que nos permite afirmar que la existencia de presiones materiales esencialmente ajenas al arte no paraliza necesariamente la actividad creadora. En el caso de la cultura de masas, el *modo* en que los directores, administradores y financistas consideran a su público es más importante que el simple hecho de la necesidad de un público muy numeroso como condición de que la empresa sea viable. [18]

En el mismo orden de ideas, se ha formulado la hipótesis de que la mediocridad de la cultura "de masas" se debía a que los autores y artistas responsables están obligados, por definición, a trabajar febrilmente para cumplir con los plazos que supone una organización racional de las operaciones de comercialización. Pero muchas obras de arte célebres han sido producidas en períodos brevísimos de intensa actividad (la música es, sin duda, uno de los mejores ejemplos) y aun bajo el apremio de los empresarios. Walter Scott escribió sus últimas novelas en una inútil carrera para restituir enormes deudas, y Dickens, cuando componía alguna de las novelas que aún hoy merecen la atención de los críticos, también trabajó apremiado, esforzándose por respetar los plazos impuestos por la publicación en forma de folletín. A la luz de estos ejemplos, parece muy arriesgado pretender que las mejores

obras de arte no pueden producirse sino trabajando a cierto ritmo y cuando se cuenta con toda una serie de condiciones que aparentemente se podrían definir con exactitud.

Una noción vinculada a la idea de un conflicto inevitable entre las preocupaciones de eficacia y las de expresión es la que afirma que los artistas de la cultura de masas se sienten necesariamente extraños a su trabajo. También esta afirmación merece un examen atento. Marx ha observado que el trabajador industrial no hace más que vender su fuerza de trabajo en el mercado sin ejercer ningún control sobre el producto final, al que ha contribuido con una operación parcelaria e intermediaria; esta situación, sostiene Marx, deriva necesariamente en una alienación. Se ha discutido, naturalmente, la pertinencia de ese análisis, incluso en lo referente a la producción en serie, pero debemos preguntarnos también si es válida para las empresas que trabajan para la cultura de masas. En primer lugar, parece evidente que se ha adjudicado demasiada importancia a la idea de que la situación del artista no le permite tener ningún control real sobre lo que crea. Este razonamiento parece contener dos argumentos: uno, que es la institución y no el individuo quien decide lo que hay que producir; otro, que la división radical del trabajo dentro de la empresa cultural conduce a una fragmentación de la actividad creadora.

En lo que se refiere al primer punto, es probable que muchos artistas de la cultura de masas lleguen a hacer suyos los objetivos de la empresa para la que trabajan, de modo que no tiene mucho asidero suponer que aceptan con reticencia imposiciones exteriores. Es posible que aquellos artistas que nunca imaginaron la posibilidad de trabajar en otro lugar que en una empresa de cultura de masas sean más susceptibles que los demás a asimilar los objetivos de la empresa que los emplea; pero también éste es un problema que requiere una investigación empírica y no se puede resolver con especulaciones apriorísticas. En su libro *Hombres de ideas. El punto de vista de un sociólogo,* Coser titula el capítulo más vinculado con nuestro tema: "Los intelectuales en la industria de la cultura de masas". [19] Pero en realidad se trata de una peti-

ción de principio. Es evidente que estamos muy poco informados sobre la composición del personal creador de las industrias de la cultura de masas como para que podamos suponer que necesariamente forma parte de la élite intelectual, con todas las características que implica este término (ya sea que se trate de las aptitudes o de la libertad de espíritu frente a las instituciones sociales).

Además, si se conocen ciertamente casos de artistas "serios" que se vieron llevados a trabajar en una industria de la cultura "de masas" que provocó en ellos una tensión y una alienación considerables, tal vez ésta no sea, en nuestra sociedad, una situación típica del sentimiento de alienación que experimenta el artista. Basándose en el estudio sociológico de unos veinte compositores norteamericanos de música "seria", Nash ha declarado que esos artistas (algunos de los cuales, ciertamente, componían música de películas) se sentían marginados de la sociedad norteamericana contemporánea. [20] Entre los motivos de su alienación Nash menciona el hecho de que la sociedad, en su conjunto, no se interesa mayormente en sus obras, apenas les brinda ocasión de ejecutarlas y, por consiguiente, ofrece por ellas una remuneración bastante escasa. Pero se podría sostener, sin duda, que es el artista "serio" y no el artista de la cultura de masas quien puede sentirse alienado en la sociedad moderna, ya que el público de aquél es relativamente restringido mientras que el de éste es, por definición, inmenso. [21] La alienación puede provenir tanto del valor que la sociedad en general atribuye a una forma dada de talento, como de las frustraciones experimentadas en el trabajo.

Pero la tesis de que el artista de la cultura de masas se siente extraño a su trabajo porque sólo es, en última instancia, parcialmente responsable del producto final, exige que se señalen las circunstancias particulares en las que ese sentimiento puede originarse, y el medio de comunicación de masas de que se trata. En materia de televisión, y más particularmente en las películas televisadas, la operación que consiste en preparar un programa o una nueva película es necesariamente compleja y, como dijimos, hace entrar en juego toda una gama de técnicos

y de talentos, de modo que es seguramente más fácil privar al director o al productor del control final del proceso. Los capitales, a menudo muy importantes, invertidos en una sola producción, también pueden incitar a los directivos de la empresa a jugar un papel prácticamente permanente a todo lo largo del proceso de producción. Pero, aun en este caso, la reputación con que cuenta el productor o el director y la política seguida por el organismo de radiodifusión o la sociedad cinematográfica pueden mostrar diferencias apreciables. Y, en otro medio de comunicación de masas, la situación puede ser muy diferente.

En realidad, las condiciones de trabajo de muchos autores que producen actualmente novelas o relatos destinados al gran público son necesariamente muy diferentes de las que mentalmente asociamos, por tradición, al ejercicio del oficio de escritor. Los autores de relatos destinados a revistas de gran tirada, sobre todo revistas femeninas, trabajan casi siempre por su propia cuenta, de modo que, hablando con propiedad, no están integrados a la estructura de la empresa editorial. Si bien su talento y el público para el que trabajan condicionan la complejidad, la originalidad y el valor artístico de sus escritos, en cambio la disposición con que escriben, en lo que a ellos les concierne, no ha cambiado y sigue siendo lo que siempre fue. Ya sea que el "producto final" lo constituya una gran novela innovadora o un relato destinado a alguna revista "elegante" o "del montón", no hay manera de escapar a la obligación de tomar la lapicera o la máquina de escribir y comenzar a llenar hojas y más hojas en blanco. El escritor es prácticamente el amo absoluto del proceso (teniendo en cuenta las eventuales sugerencias del editor y las posibles revisiones, pero estas imposiciones también existen para el escritor "serio") y no parece que haya razones para que se sienta ajeno a su trabajo a causa de la manera como está organizada la producción propiamente dicha. En realidad, los testimonios con que se cuenta, que provienen de autores de éxito, muestran que es cierto más bien lo contrario: esos autores afirman que su trabajo les ofrece una gran satisfacción personal.[22] La división del trabajo puede estar muy desarrollada

dentro de la empresa editorial (y, desde luego, en la imprenta), pero en principio esto apenas afecta al personal efectivamente *creador*. [23]

En lo que se refiere a los nuevos medios de comunicación de masas, las investigaciones empíricas podrían dedicarse a analizar los factores de situación que influyen en el control más o menos determinante que los creadores pueden ejercer sobre el "producto final". Como ya indicamos, existen diferencias manifiestas entre los diversos medios de comunicación de masas (sobre todo entre el periodismo y los demás medios), pero también hay, sin duda, importantes diversidades dentro de un mismo medio de comunicación. Una serie de éxitos impresionantes en la taquilla de un teatro, o los juicios elogiosos de sus colegas, otorgan seguramente a un artista cartas importantes para obtener una libertad aún mayor en lo que se refiere a su obra. El análisis de las biografías de los creadores que trabajan por cuenta de los diferentes medios de comunicación de masas podría suministrar los datos necesarios para un examen más detallado de este factor de la carrera.

Es posible que los efectos de una división progresiva del trabajo dentro de la sociedad tengan, en un sentido, mayor peso sobre el artista "serio" que sobre el artista "popular". Según Nash, el hecho de que actualmente no haya en los Estados Unidos el sentimiento de que existe una verdadera comunidad musical se debe a ciertos factores que contribuyen a alejar al compositor de su auditorio. [24] Una de las razones sugeridas sería que, en nuestros días, las técnicas de comunicación de masas son uno de los principales medios de difusión de la música; pero Nash otorga mayor importancia al hecho de que dentro del mundo musical se ha alcanzado un alto grado de especialización, de modo que es muy raro que el compositor sea el ejecutante, mientras que esos especialistas que son el empresario, el crítico y el profesor desempeñan un gran papel en la estructuración de las relaciones del compositor con el público "consumidor". Si hacemos notar que es importante para el compositor de música seria sentirse en comunicación con su público (sobre todo cuando ocupa

una posición muy marginal en la sociedad), entonces la proliferación de intermediarios amenaza ser más perjudicial para la música "noble" que para la música destinada a las masas. Por lo demás, en cuanto a esta última el crítico tiene mucho menos importancia que para las artes "nobles". Es sin duda habitual que el público de los teatros conozca (y tenga en consideración) a los críticos de las nuevas obras representadas en Broadway o en el West End; pero es mucho menos habitual que el público de los cines tenga seriamente en cuenta a los críticos de films. Las relaciones entre el creador y su público, estudiadas por Gans, apenas plantearán problema al artista "popular", mientras que pueden convertirse en una fuente constante de malestar para el compositor o el escritor de vanguardia. [25]

Sin embargo, aun admitiendo que el sentimiento de alienación que experimentan en su trabajo los artistas que trabajan para las masas haya sido probablemente exagerado, existen, para estos creadores, otras fuentes de tensión. Como solamente un escaso porcentaje de aquellos que decidieron hacer carrera en el campo del arte son capaces de ganarse la vida practicando un arte "noble", las firmas que producen para la cultura de masas pueden descubrir que entre su personal hay un gran número de individuos que tienen el sentimiento de realizar una tarea inferior a sus capacidades. Esos hombres no pueden evitar una comparación de su situación con la de sus colegas que han triunfado, y el sentimiento de relativa frustración que así se origina amenaza generar un descontento crónico; pero tampoco en este caso se dispone de suficientes experiencias sobre la existencia de individuos de esta clase. Por lo demás, para el artista "popular" existen algunos otros puntos de referencia. La estima de sus colegas será sin duda para él la recompensa más deseada, a pesar de que la camaradería de trabajo (particularmente en el cine y la televisión) pueda efectivamente aislarlo de aquellos otros ambientes a los que alguna vez pensó llegar.

De todos modos, también hay ciertamente artistas que tienen la impresión de prostituirse al trabajar en el

campo de la cultura de masas. Pero Gans estima que esa misma situación puede presentar dos aspectos positivos: "Una gran parte de nuestra cultura de masas es producida por creadores que tienen gustos personales 'más elevados' que los de su público. Aunque esta situación suscite problemas de rol, de moral y de la calidad del producto, también puede darle al creador la impresión de que está lo suficientemente separado de su público como para pensar en crear para públicos muy diferentes." [26]

Sin embargo, aun aquí la situación varía de un medio de comunicación de masas a otro: mientras que la industria cinematográfica se ha preocupado muy poco hasta ahora de satisfacer los gustos de un público especializado, la diferenciación social, sobre todo en lo que se refiere a la utilización del ocio y el modo de vida, se refleja cada vez más en la producción de las publicaciones periódicas. [27]

Cuando una minoría llega a ser lo suficientemente numerosa como para formar un mercado por el que vale la pena interesarse, el artista "popular" cuenta con nuevos motivos para especializarse en un tipo de trabajo particular. Un escritor, por ejemplo, podrá especializarse no solamente en el cuento sino además en el relato romántico destinado a gustar a las mujeres de un determinado ambiente socioeconómico. De modo que aunque su función sea producir el relato, y aunque el principio de la división del trabajo (en el sentido de una fragmentación) no se aplique al proceso de ese tipo de creación, el escritor encontrará pocas posibilidades de ampliar su campo de acción. Y se podría encontrar ejemplos de una especialización, sobre todo en el mundo de la *pop music*, en el que un cantante termina por identificarse con un tipo particular de canción y de estilo. En realidad, la diferenciación del producto, debida a consideraciones comerciales, suministra por sí misma un estímulo a la especialización. Y la competencia que deriva de una especialización coronada por el éxito puede ser una fuente de prestigio social y dar lugar a una nueva profesión de un género menor.

Pero aun admitiendo que ciertas situaciones (en las que, en gran medida, "se recibe" la materia prima) ofrecen indiscutiblemente posibilidades de creación, también

se podría sostener que esa clase de imposiciones frenan la actividad creadora auténtica en lugar de servirle de plataforma. No obstante, la "obsolescencia dinámica" [28] inherente a una gran parte de la cultura de masas, la búsqueda constante de la novedad, así como la ineluctable necesidad de diferenciar los productos, significan que se otorga un precio considerable a la invención o al descubrimiento de fórmulas nuevas que serán progresivamente modificadas antes de que, a su vez, resulten anticuadas. Es sin duda en esta etapa del ciclo creador cuando una fórmula particular, y seguramente limitada, de originalidad obtiene su mayor recompensa. Más generalmente, por el hecho de que los gustos cambian (o porque se los hace cambiar), las industrias de la cultura de masas no pueden simplificar su trabajo hasta el punto en que los autómatas podrían reemplazar a los seres humanos.

La especialización, vaya o no acompañada de la fragmentación del proceso de creación, de una pérdida de control o de un repliegue psíquico, es en realidad una de las manifestaciones de una tendencia más amplia. Ya se trate del estilo, del medio de difusión considerado, del público al que se tiende, del grado de seriedad y de novedad, la gama de los productos del arte de la que actualmente disponemos es mucho más extensa que hace un siglo. Tal vez no sea sorprendente que los censores de nuestra sociedad hayan querido reaccionar contra ese estado de cosas definiendo una serie simple de criterios que ofrecen a la vez un medio de restablecer el orden en el caos, y una plataforma que permite criticar la mayor parte de las manifestaciones de la cultura de masas. Creo que esos esquemas han sido admitidos, hasta ahora, con cierto apresuramiento. Examinando las tendencias que existen entre los diversos medios de comunicación de masas, buscando en qué puntos la tarea y las condiciones de trabajo de los artistas de la cultura de masas se asemejan a las de los demás artistas o se diferencian de ellas, y estudiando las diversas imposiciones de la tecnología y las exigencias inherentes a la sociedad de consumo, podrá llegarse, tal vez, a un análisis menos rígido.

[1] Véase Raymond A. Bauer y Alice H. Bauer, "American mass society and mass media", en *The Journal of Social Issues*, vol. 16, nº 3, 1960, pp. 3-66; Edward Shils, "Mass society and its culture", en: Norman Jacobs (ed.), *Culture for the millions*, Nueva York, 1961. Sin duda los Bauer, en su comunicación, intentan hacer un examen crítico de la expresión "cultura de masas", pero se les puede reprochar que confunden esa noción con la de "sociedad de masas".

[2] Véase Alvin Toffler, *The culture consumers*, Nueva York, 1964; Bernard Berelson, "In the presence of culture...", en *Public Opinion Quarterly*, vol. 28, nº 1, 1964, pp. 1-12. Estos textos sólo tratan de la situación en los Estados Unidos.

[3] Véase Lewis A. Coser, "Comments on Bauer and Bauer", en *The Journal of Social Issues*, vol. 16, nº 3, 1960, pp. 78-84.

[4] Ralph Ross y Ernest van den Haag, *The fabric of society*, Nueva York, 1957, p. 167.

[5] Leslie A. Fiedler, "The middle against both ends", en: Bernard Rosenberg y David M. White (eds.), *Mass culture*, Nueva York, 1957, p. 539.

[6] Hannah Arendt, "Society and culture", en: Norman Jacobs, *op. cit.*, p. 48.

[7] Se podrá encontrar un examen detallado de la cuestión en la obra de Edgar Morin, *El espíritu del tiempo* (Taurus, Madrid, 1966), cap. 2: "La industria cultural". El presente artículo debe mucho a este análisis de la situación.

[8] El término sirve para señalar que, en su carácter de dispositivos técnicos, los medios de comunicación de masas son esencialmente neutros.

[9] La cuestión es discutida de manera más detallada por Richard Hoggart, "Mass communications in Britain", en: Boris Ford (ed.), *The modern age*, Hardmondsworth, 1961, p. 448.

[10] Lewis A. Coser, *Men of ideas*, Nueva York, 1965, p. 325 [*Hombres de ideas. El punto de vista de un sociólogo*, Fondo de Cultura Económica, México, 1970.]

[11] Hay una abundante documentación sobre este tema. Véase en particular: Hortense Powdermaker, *Hollywood, the dream factory*, Nueva York, 1950; Leon Rosten, *Hollywood*, Nueva York, 1941.

[12] Se puede encontrar una interesante serie de ensayos sobre el problema del estímulo de las facultades creadoras en el seno de los diversos tipos de organización, en Gary A. Steiner (ed.), *The creative organization*, Chicago, 1965.

[13] H. Powdermaker, *op. cit.*; particularmente el capítulo 8: "Assembling the script".

[14] La obra de George A. Huaco, *The sociology of film art*, Nueva York, 1965, presenta una reciente tentativa de elaboración de una teoría relativa a cómo se ha llegado a producir ciertas series particulares de films.

[15] T. W. Adorno ofrece un interesante análisis de los estereotipos en: *Televisión y cultura de masas*, Eudecor, Córdoba, 1965.

[16] Los investigadores han tenido considerables dificultades para hacerse admitir en los establecimientos de comunicación de masas. Particularmente el personal artístico es frecuentemente hostil a la investigación, que para ellos amenaza sustituir a su propio juicio sobre el éxito artístico o de otro tipo de un programa o de una transmisión. Esa hostilidad se dirige sobre todo, como era de esperar, al estudio de mercado, pero para muchos artistas de los medios de comunicación de masas dicho estudio se identifica con la investigación.

[17] En este campo se corre el riesgo de formular hipótesis demasiado optimistas sobre la actitud del artista respecto de su obra y a la sociedad en general. La idea de que el arte es "expresión" proviene en gran medida de la época romántica. Véase también, a este respecto, César Graña, *Bohemian versus Bourgeois*, Nueva York, 1964.

[18] En *Communications*, Harmondsworth, 1962, pp. 89-96, Raymond Williams se ha esforzado por caracterizar los principales medios de comunicación de masas.

[19] Lewis A. Coser, *Hombres de ideas. El punto de vista de un sociólogo*, cit., cap. 24.

[20] Dennison Nash, "The alienated composer", en: Robert N. Wilson (ed.), *The arts in society*, Englewood Cliffs, 1964.

[21] Véanse, sin embargo, las obras mencionadas en la nota 2.

[22] A este respecto, vale la pena estudiar las respuestas a la encuesta de la señora Leavis sobre los autores de éxito. Véase Q. D. Leavis, *Fiction and the reading public*, Londres, 1932; particularmente el capítulo 3: "Author and reader".

[23] El hecho de convertirse en un escritor independiente y, por lo tanto, la posibilidad de escapar completamente al control *directo* de los editores es considerado a menudo como un signo de éxito.

[24] Nash, *op. cit.*

[25] Herbert J. Gans, "The creator-audience relationship in the mass media: an analysis of movie making", en: Bernard Rosenberg y David M. White, *op. cit.*

[26] Se podrán encontrar algunos comentarios sobre la variedad actual de periódicos británicos en: David Holbrook, "Magazines", en: Denys Thompson (ed.), *Discrimination and popular culture*,

Harmondsworth, 1964. Holbrook considera que los periódicos altamente especializados son los de mayor valor.

[27] Se encontrarán comentarios sobre el conjunto actual de los periódicos británicos en David Holbrook, "Magazines", en Denys Thompson (ed.), *Discrimination and popular culture,* Harmondsworht, 1964.

[28] Esta fórmula es una expresión clave de la obra de Vance Packard: *The waste makers,* Nueva York, 1960 [*Los artífices del derroche,* Sudamericana, Buenos Aires, 1967].

Roger Clausse

El gran público frente a la comunicación de masas

En el centro: la obra creada o producida objeto de mensaje. A la izquierda: el instrumento de difusión, construido y organizado para la difusión de masas. A la derecha: el público, el "gran público", destinatario y receptor del mensaje. Tríptico del consumo de masas...

Último momento neurálgico (cuando nos situamos en el tiempo) de un largo y azaroso proceso: la reacción del público, que dará vida al mensaje, lo neutralizará o lo destruirá. Esta reacción decisiva figura en el centro mismo de una sociología específica, la de la difusión o comunicación de masas realizada por la gran prensa, el cine, la radio y la televisión. En efecto, nada existe y nada tiene sentido sin esa participación del público: el mensaje se pierde, cualquiera que sea su valor, y el instrumento se muestra inútil, cualquiera que sea su fuerza.

Ese público, elemento constitutivo de la comunicación con la obra y su soporte, nos es poco conocido y "los progresos [de nuestras investigaciones] no son muy evidentes en este campo", nos dice con su autoridad de pionero Paul F. Lazarsfeld. Por su parte, Richard Nixon nos amonesta: "Si en estos últimos años han quedado desvirtuadas algunas ideas basadas en la investigación aplicada, es tal vez porque no estaban apoyadas sobre fundamentos científicos sólidos".

Estas declaraciones de científicos competentes, así como mis propias comprobaciones, realizadas no sólo en el transcurso de una larga carrera en la radio y en la televisión belgas sino también en mi condición de director del Centro de estudio de técnicas de difusión colectiva, me han convencido de que la reacción del público a la presión de los *mass media* sigue siendo un fenómeno sociológico poco y mal conocido y que hay que reconsiderar el problema a partir de sus datos y de sus fundamentos más generales.

En este trabajo consideraré a grandes rasgos dos temas recíprocamente vinculados: la tipología fundamental del gran público y las variaciones del efecto de los mensajes.

Tipología fundamental del público

De inmediato surge una comprobación que complica la tarea del sociólogo interesado en la comunicación social: "la evolución social y el progreso técnico han suscitado en los tiempos modernos un fenómeno sin precedentes: las masas" (Roger Girod) o, más concretamente, la participación masiva de una multitud de hombres en los mismos acontecimientos, tanto en el plano del pensamiento y de los sentimientos como en el de la acción.

Esas multitudes generalmente informes se convierten, por la fuerza de las cosas, en el "interlocutor" privilegiado de las técnicas de difusión masiva (TDM). Necesariamente habrá que contar con ellas, tanto a nivel de la obra como a nivel de la técnica; sobre ellas deberemos actuar, y no ya sobre individuos aislados, sobre pequeños grupos personalizados o sobre colectividades homogéneas.

El "gran público" de los sociólogos

Una de las características fundamentales del público en la actualidad es que constituye un "gran público", un enorme e incoherente grupo sociocultural indiscriminado.

Mi colega, el sociólogo Henri Janne, lo define de la siguiente manera en un artículo de la revista belga *Socialisme* (mayo de 1960):

"La clase social, grupo social caracterizado por una actividad y un status homogéneos, una conciencia, una cultura y una solidaridad comunes, un modo de vida típico, es una categoría sociológica...

"Lo que tiende a reemplazar a la situación de clase es la formación de un modo de vida urbano representado por lo que se llama 'el gran público'. Ese medio social nuevo tiende a agrupar a la mayoría de las poblaciones en Occidente, y ejerce una influencia cultural, completamente inconsciente, pero real, sobre el conjunto de la sociedad...

"Asistimos a la cristalización progresiva de algo que es un agrupamiento sociológico monstruoso, pues el 'gran público' no constituye una masa, ni una nueva clase social, ni un estrato..."

Ese gran público que los sociólogos estudian no sin perplejidad y confusión puede ser definido por atributos originales que presentaré aquí *grosso modo* y en forma de resumen, inspirándome en los trabajos sociológicos pertinentes que he examinado:

1. Agrupamiento sociológico monstruoso de cristalización progresiva.
2. Modo de vida urbano en enormes concentraciones de población imitado y generalizado aun en el campo; intensidad de contactos cara a cara; promiscuidad permanente; ausencia de comunidad humana, de intimidad, de vínculos primarios.
3. Intensidad de las comunicaciones intelectuales; existencia de múltiples presiones, diversas, incoherentes, divergentes, coherentes, convergentes, efímeras, agudas, que asaltan al público; invasión del espíritu por el medio (ruidos, imágenes, espectáculos, prensa, radio, cine, televisión, publicidad, luces, etcétera).
4. Cultura estandarizada, superficial, psicológicamente penetrante, homogeneizante, que impregna y actúa incesantemente, impidiendo la reconsideración, desbaratando las barreras del espíritu crítico, y que es sentimentalmente seductora, eficaz.
5. Predominio de las actividades terciarias, de las "organizaciones" de los registros anónimos; trabajo desmenuzado, deshumanizado, carente de atractivos, sin fuerza de fijación, complejizador y coercitivo.
6. Pérdida de vigencia de las ideologías tradicionales, reemplazadas por ofertas concretas de servicio; despolitización; búsqueda de la eficacia funcional en sí misma, sin perseguir la significación espiritual del acto; prospectiva contra mito; pasaje de la distinción de las personas (signos interiores) a la distinción de las cosas (signos exteriores).
7. Sociedades de consumo (*consumer societies*): sociedades de la abundancia (*affluent societies*); sociedades

que enfrentan el ocio invasor (civilización del ocio); sociedades que enfrentan la democratización de los estudios bajo los efectos de la presión demográfica (civilización de los estudios).

El "gran público" de las técnicas de difusión masiva (TDM)

Es aquí, entre este gran público —globalmente caracterizado—, en este medio sociocultural particularmente complejo en su incoherencia, donde se sitúa el punto de caída privilegiado de los mensajes que dispensan al azar las técnicas de difusión masiva, las TDM. Es aquí donde constituirán, bien o mal, su auditorio y obtendrán una audiencia, agrupando en torno a ellas millares, millones de individuos de ambos sexos, de todas las clases, de todas las religiones y de todas las edades.

En ese gran público —diversificado, incoherente, cambiante, artificial— que nuestra civilización ha hecho nacer y prosperar, las TDM buscarán su propio gran público que, como el otro, está acentuadamente caracterizado por el aislamiento de cada individuo en razón de la ruptura de los vínculos primarios y de la profunda e irremediable heterogeneidad de los grupos y de las personas.

Pero este auditorio de las TDM adquiere características particulares que lo diferencian, me atrevería a decir profundamente, del gran público de los sociólogos.

Sometido a la aguda presión de los mensajes provenientes de la gran prensa, del cine, de la radio y de la televisión (las TDM por excelencia), ese auditorio fundamentalmente heterogéneo se organiza, al menos por momentos y en ciertas circunstancias, en una verdadera categoría sociológica, y aun en una especie de clase social. Esto se debe al hecho de que ese grupo ocasional y momentáneo de individuos separados adopta, en cierto momento y en determinadas circunstancias, un modo de vida ajustado a sus similares maneras de pensar y de sentir; el grupo defiende intereses y metas comunes, reacciona como un

bloque homogéneo ante presiones o estímulos idénticos, se pone en movimiento con el mismo ritmo y con el mismo impulso, reclama con la misma voz la satisfacción de las mismas necesidades.

Existe notoriamente en este caso un fenómeno de homogeneización —por lo menos momentáneo— de grupos heterogéneos que, sin las TDM, permanecerían aislados y herméticamente cerrados los unos a los otros. La cristalización progresiva de algo que forma un agrupamiento sociológico monstruoso (como dice Henri Janne) se efectúa necesariamente, bajo la acción perseverante de los grandes medios de comunicación, mediante una cohesión y una estructuración fortuitas, pero eficaces, de las multitudes informes. Se instala y se organiza una comunidad de necesidades, de aspiraciones, de voluntades, de gustos y de caprichos "culturales" que traduce claramente su existencia en momentos de tensión y de crisis, como los pánicos, pero que también se revela cotidianamente en conversaciones banales e intercambios de ideas o de sentimientos, en los que los mensajes de las TDM sirven de referencia constante y decisiva.

De este modo, con el concurso previo de un conjunto de factores que crean y mantienen al gran público (concentración, urbanización, aislamiento funcional, anonimato, panurgismo social, ocio, etcétera), las TDM crean y mantienen una "solidaridad masiva y procesos masivos de interacción" (R. Girod), que quizás por sí solas serían probablemente incapaces de crear y de mantener.

Las TDM homogeneizan al gran público, al menos intermitentemente y en ciertas circunstancias; en el plano de la cultura y de la civilización en el que reinan soberanamente, modelan las masas informes y las articulan; al buscar y explotar el máximo común denominador "cultural" de esas masas, les proveen de un alimento común, para no decir vulgar, que satisfaga a la gran mayoría; las TDM ejercen influencia, actúan y apaciguan. Y puede pensarse que no lo hacen obedeciendo a una voluntad concertada o a un plan sistemático, sino por una impregnación lenta y continua en un inverosímil despilfarro de mensajes y un barullo indescriptible.

Otra característica fundamental del público de las TDM surge claramente a la observación directa y aun para los menos sagaces. Es su profunda inestabilidad, que actúa cualitativamente sobre la intensidad de la participación de cada individuo en la totalidad, en el "Nosotros", y cuantitativamente sobre la extensión incesantemente móvil del auditorio.

La intensidad de la participación en el "Nosotros" varía de manera constante entre numerosos estados en los que cada uno de nosotros se liga y se desliga, se aglomera y se aparta, se funde o se distingue. Y para retomar aquí, en un sentido algo diferente, la terminología de Georges Gurvitch, esos estados de fusión podrían reducirse a tres nociones fundamentales: la masa, la comunidad y la comunión.

La masa, la comunidad y la comunión no corresponden a grupos o colectividades sino sólo a grados de fusión mental en el "Nosotros" (totalidad del público considerado): grado mínimo para la masa, medio para la comunidad, máximo para la comunión.

Las TDM son causa de fusión intermitente en grados diversos, de acuerdo con la naturaleza de los mensajes difundidos, cada uno de los cuales encierra un potencial atractivo diferente. No se comprendería adecuadamente el efecto de las TDM sobre el público si se olvida que la cohesión y la homogeneización de un auditorio, que es por naturaleza heterogéneo, varían continuamente en fuerza y en intensidad, yendo de un simple contacto y de una participación muy laxa en el conjunto hasta una verdadera fusión en éste.

Cuando los lectores del periódico impreso, los oyentes de la radio, los espectadores de la televisión, se ponen en contacto directo (actualización de las relaciones) con los grandes acontecimientos que excitan y exacerban la sensibilidad y el interés, como la muerte repentina de un jefe de Estado, la coronación fastuosa de una reina o una apasionante competición deportiva, un estremecimiento se transmite de uno a otro en el "Nosotros" disperso, un alma común surge y se afirma, un mismo movimiento anima y agita al conjunto. Todos esos extraños, aislados o

reunidos, alejados o próximos, se sienten en un acuerdo profundo; entre ellos se establece un contacto, más allá de los obstáculos y de la distancia. Nace, crece y se expande una comunión, fusión profunda en el "Nosotros", que hace latir los corazones al unísono, suprime la distancia y los obstáculos, reúne a los individuos aislados en una gran manifestación de seguridad colectiva.

Cuando las mismas personas prestan una atención interesada e inquieta a las noticias del día buenas o malas, agradables o desagradables, y alertadas por una señal sonora, se reúnen por millones a las mismas horas, en un movimiento incontenible, para enterarse de lo que pasa en el vasto mundo amenazador, ese mismo interés y esa misma necesidad que los reúne en el mismo momento, para un mismo fin, los organiza en una verdadera comunidad, por cierto dispersa, pero coherente, en la que cada uno se siente en buena compañía al lado de los demás. La sensación de estar juntos (de estar ligados) se incorpora a todos esos hombres que forman, en ese momento, una colectividad coherente. Pero es visible que esa inmersión en el "Nosotros" es apenas precaria, está a merced de la menor distracción y casi no ofrece la calidez de un contacto físicamente sentido, como ocurría en cambio en el otro caso.

Cuando, por último, esos lectores, oyentes o espectadores "frecuentan" sus periódicos por hábito, a la hora del ocio indolente, para proveerse, como todos los días, de ese alimento diverso que reclama un apetito glotón, para satisfacer una bulimia "cultural" y para encontrar el distanciamiento y el purgamiento de las imposiciones sociales, entonces ese vasto agrupamiento homogeneizado por el mismo sustento apenas si es una superposición de individuos, un encuentro fortuito en el que la participación en el "Nosotros" es débil, así como es débil la atracción ejercida por el conjunto sobre los presentes. Esa masa acude a la cita cotidiana con las TDM, pero es pobre en cohesión e incluso en coherencia; no hay más que un simple contacto entre sus elementos.

De este modo el auditorio pasa de un estado a otro: comunión (con fusión) comunidad (con participación),

y masa (con contacto), bajo la acción de mensajes cuya elocuencia y eficacia varían constantemente según la hora y el día.

Agreguemos además, para subrayar el interés de este hecho, que el grado de receptividad y de penetración mental de los mensajes o comunicaciones depende estrechamente del grado más o menos elevado de participación en el "Nosotros"; cuanto más elevado es éste, más aumenta la eficacia de la difusión y más significativo es el mensaje. Esta es una situación que el "emisor" tiene en cuenta, generalmente de modo inconsciente. Al aumentar, incluso artificialmente, el grado de participación del "receptor", el emisor permite que su comunicación esté en las mejores condiciones de ser comprendida, mientras por otro lado su eficacia también aumenta. En esta perspectiva se inscribe la búsqueda frenética de lo sensacional.

La profunda inestabilidad del público también se pone de manifiesto en las fluctuaciones constantes del contenido cuantitativo del auditorio. Así es como se ha podido hablar de los públicos, negando la existencia del gran público global. En realidad, bajo la acción conjugada u opuesta de ambos factores, la naturaleza intrínseca del mensaje difundido y la presión perturbadora de las circunstancias exteriores, el auditorio aumenta, disminuye, se extiende, se encoge, se adelgaza. Pasa de enorme a grande, de grande a pequeño, de pequeño a nada. Día tras día, hora tras hora, minuto tras minuto, el número de los clientes o utilizadores de las TDM cambia en considerables proporciones, y sin esfuerzo se duplica, se decuplica, se centuplica.

La curva de la figura 1, que muestra las fluctuaciones del público radiofónico, pone concretamente de manifiesto las variaciones cuantitativas del auditorio bajo la acción conjugada u opuesta de los dos factores mencionados, es decir la naturaleza del mensaje y las circunstancias. Puede comprobarse que la atracción, la necesidad o la utilidad mayores o menores de los mensajes agrupados en programas (o funciones) por un lado, y, por otro lado, los obstáculos físicos, morales o sentimentales originados en circunstancias continuamente cambiantes, actúan sobre el auditorio para ampliarlo o restringirlo abruptamente en notables proporciones.

Pero esto no es todo: dentro del público que ha recibido o ha sido marcado por los mensajes, hay variaciones constantes y difícilmente captables en la distribución de los individuos en categorías sociales: categorías socioeconómicas, socioprofesionales, socioculturales, grupos de edades, sexos, etcétera.

Figura 1. Curva de las fluctuaciones del público en función del mensaje (el programa) y de las circunstancias (las ocupaciones). Recepción radiofónica (Radio belga. Un día tomado al azar, en 1966, de 6 a 14.)

Complica la situación, además, el fenómeno de reducción o contracción draconiana del público extensivo (población total o universo sociológico) a público potencial (simplemente destinatario de la acción de las TDM), de éste a público efectivo (accesible en un momento dado

y en un lugar determinado), de éste a público receptor del mensaje, y, en definitiva, de este último a público marcado (que conserva la impronta del mensaje).

Estas observaciones no dejan de suscitar importantes problemas. Pues lo que se puede comprobar en un momento y en un lugar dados no es necesariamente cierto en otro momento o lugar; lo que es cierto de un público no es necesariamente cierto de otro público cuantitativa y cualitativamente diferente.

La profunda inestabilidad del público es, pues, un serio obstáculo al análisis sociológico, que enfrenta aquí problemas casi insolubles; sucede que la ciencia social está metodológicamente mal armada para comprender el dinamismo de las reacciones y de las situaciones.

Resumamos la situación. Las técnicas de difusión masiva (TDM) —es decir, según nuestro criterio, la gran prensa, el cine, la radio y la televisión— buscan espontánea y fatalmente en el "gran público" global de los sociólogos a su público particular, a su auditorio específico. Este es, a imagen del "gran público", una aglomeración sociocultural de grupos heterogéneos. Bajo la presión de los mensajes y la acción de las circunstancias exteriores, el auditorio se organiza y se homogeneíza, al menos por momentos y en ciertas situaciones. Pero su profunda inestabilidad es considerable, tanto en la intensidad de la participación moral de cada individuo en el conjunto y la naturaleza de su contenido social como en la extensión cuantitativa del conjunto.

El público y la "cultura" difundida

Situémonos en un punto determinado del espacio y del tiempo. Surgida de todos los puntos del horizonte y transmitida por diversos soportes (papel, film, ondas radioeléctricas), una masa enorme de mensajes "culturales"

de todo tipo y de toda naturaleza converge hacia nosotros, nos rodea y nos asalta desde todas partes. Es aquí, en este maná generosamente ofrecido, donde encontraremos nuestro sustento intelectual y moral, ya que nos mueven necesidades incoercibles y estamos sometidos a imperiosos reclamos.

Es evidente que nos resulta prácticamente imposible, tanto física como espiritualmente, tomar, asimilar y retener todo lo que se nos ofrece. Ampliamente difundida en todos los sentidos y propuestas, dentro de un hermoso envoltorio, a nuestro apetito insaciable, esa materia cultural no constituirá —no podrá constituir— el objeto de una apropiación total; cada uno de nosotros sólo tomará de ella una parte ínfima, cuantitativa y cualitativamente diferente, según los individuos (y esto, tanto en función de una elección personal como de las situaciones y circunstancias en medio de las cuales vivimos).

El plano cuantitativo

En este plano hay un formidable sobrante puramente mecánico, que ilustraremos con un gráfico (véase figura 2).

Si representamos con la cifra 100 la suma de los mensajes ofrecidos por el conjunto de las TDM, en tal instante y en tal lugar —aquí, por ejemplo, en el momento en que escribo—, el conjunto de los mensajes llegados a destino está representado en este caso por cero; lo mismo se aplica, evidentemente, a los mensajes percibidos y, *a fortiori*, memorizados.

Esta noche, en la intimidad del hogar, el conjunto de los mensajes llegados a destino estará representado en cada momento por 1, con un sobrante de 99 mensajes ofrecidos; en cuanto a los mensajes percibidos habrá, en la serie de las unidades, un sobrante variable de individuo a individuo, que se agregará al sobrante global. Y el mismo

fenómeno se producirá, agravando la situación, a nivel de los mensajes memorizados.

Hay por consiguiente un vergonzoso derroche de materia, esfuerzo desproporcionado, prodigalidad racionalmente injustificable, pérdida considerable de sustancia y de energía.

Mensajes culturales ofrecidos

Accesibles

Llegados a destino

Percibidos

Memorizados

Figura 2. El plano cuantitativo.

Mensajes culturales ofrecidos. Conjunto de los mensajes difundidos por el conjunto de las TDM, en todo momento y en todo lugar.

Mensajes accesibles. Conjunto de los mensajes difundidos por el conjunto de las TDM en un momento dado y en un lugar determinado.

Mensajes llegados a destino. Conjunto de los mensajes difundidos por una determinada TDM en un momento y en un lugar determinados, y captados por un individuo.

Mensajes percibidos. Mensajes difundidos por una determinada TDM en un momento y en un lugar determinados, captados por un individuo, que constituyen el objeto de una apropiación personal.

Mensajes memorizados. Mensajes percibidos que se inscriben en la memoria y ocupan un lugar en nuestros marcos culturales de referencia.

El plano cualitativo

En este plano, el del contenido de la materia difundida, hay también una pérdida importante de sustancia.

Admitamos que el conjunto de los mensajes difundidos, clasificados por funciones para simplificar la exposición, nos da, en tal momento y lugar, la imagen que presentamos en el gráfico de las estructuras de los mensajes (figura 3).

A nivel de los mensajes percibidos obtenemos, tomando en consideración el sobrante inevitable que hemos comprobado en el plano cuantitativo, una imagen completamente diferente, tanto respecto del contenido de las diversas funciones como de la distribución de éstas.

Pero aquí no hay solamente un sobrante mecánico, hay también un sobrante "psicológico". En efecto, dos leyes psicológicas intervienen en la percepción y la memorización de los mensajes difundidos, para reducir su número y modificar su naturaleza.

La primera —que es la más importante en el plano de la eficacia— es la ley de la selectividad funcional de las percepciones y de las memorizaciones, en virtud de la cual los estímulos del mundo exterior se perciben y luego se memorizan en función de las características funcionales individuales de cada uno. Luego de una elección sistemática, apartamos deliberadamente de nosotros todo aquello que no se adecua a nuestras necesidades, nuestros gustos, e incluso a nuestros caprichos del momento.

Esta ley de selectividad tiene un corolario, en el que se repudia el acto de elección consciente, más o menos organizado; es la autodefensa psíquica contra las agresiones exteriores, ya sean físicas, como el ruido, o mentales, como la difusión masiva de mensajes. El individuo se defiende erigiendo una barrera difícilmente franqueable contra todos los estímulos agresivos, sean favorables o desfavorables, buenos o malos. El efecto de las agresiones —en el caso que nos interesa: los mensajes— es mantenido dentro de límites física o psíquicamente soportables; en ciertas ocasiones, el efecto se suprime radicalmente.

Bajo la triple acción del sobrante mecánico, de la ley de selectividad y de la autodefensa, la imagen de lo percibido (y aún más, la de lo memorizado) será muy diferente de la imagen de lo difundido, como lo muestra el gráfico de la figura 3.

Noticias y gacetillas
Educación
Creación y transmisión artística
Entretenimiento y variedades
Publicidad
Poesía
Política
Ciencias
Folletines
Ilustraciones
Música de orquesta
Lecturas de textos literarios
Concursos y juegos
Informaciones útiles
Otros

Figura 3. **Estructuras funcionales de los mensajes difundidos y de los mensajes percibidos (sombreados) en un determinado momento y lugar.**

Esta situación, ilustrada aquí de manera infantil pero elocuente, tiene consecuencias muy importantes en el campo de la reflexión sociológica.

Si, como afirman algunos críticos, existe en la actividad de las TDM una masificación de la cultura, ésta se produce, sin duda, a nivel de la totalidad de los mensajes destinados a la difusión, tanto por la cantidad manifiestamente indigesta de las comunicaciones como por su ordenamiento en las funciones sociales que son sistematizaciones de actividades.

Pero nuestro gráfico muestra que esto no es necesariamente cierto a nivel de la percepción, y aún menos a nivel de la memorización. Las características observadas a nivel de la difusión (masificación, uniformización, vulgarización, empobrecimiento, distorsión de valores culturales, incoherencia, etcétera) no se vuelven a encontrar necesariamente a nivel de la percepción y de la memorización, en razón del triple filtro que constituyen las coacciones exteriores, la selectividad y la autodefensa psíquicas. Y cuando aparecen, no lo hacen con la misma fuerza, ni con la misma significación, ni con las mismas consecuencias.

Por otro lado, gracias al juego combinado de lo percibido y de lo memorizado, que varían de un individuo a otro, el público opone una cierta impermeabilidad a la presión de las TDM y protege sin excesivo esfuerzo la parte más fuerte y más íntima de la personalidad. Su resistencia a los intentos de masificación es más eficaz de lo que habitualmente se supone, como lo muestra el ejemplo clásico de las elecciones políticas.

Se puede decir que, en los procesos mal conocidos de masificación de los públicos, se instauran procesos aún menos conocidos de individualización, de los que se puede pensar que protegen lo esencial de la personalidad individual y colectiva. Y ello, a pesar de la insistente presión de una masa enorme de mensajes orientados.

Hablar de "cultura de masas" y disertar sobre esa cultura en copiosos libros, juzgarla para condenarla o para elogiarla, es a priori sospechoso e incluso condenable si no se ha tomado la precaución (que creemos elemental) de

determinar previamente el nivel de observación. Pues, repito, lo que es cierto a nivel de la difusión no es necesariamente cierto a nivel de la percepción o a nivel de la memorización.

Variaciones del efecto de los mensajes sobre el público

Una larga experiencia profesional, adquirida en la radio y en la televisión belgas, particularmente en ocasión de acontecimientos "detonantes", tanto nacionales como internacionales (pánico de 1940, Liberación, el asunto de la casa real, la guerra de Corea, la catástrofe minera de Marcinelle, etcétera), me ha permitido comprobar, gracias a una observación directa y libre, que la reacción del público de las TDM presenta por lo menos dos momentos muy diferentes, que hay dos tipos de reacción, dos niveles de intensidades del efecto producido por los mensajes difundidos. En el momento en que se toma bruscamente conocimiento del hecho, la reacción es generalmente violenta, irracional, unidireccional, efímera, avasallante; posteriormente, bajo la acción de presiones diversas, a menudo divergentes, del medio coyuntural, llega a ser menos violenta, más reflexiva, más estable, menos coercitiva, más abierta a otras influencias, a veces con un reavivamiento de la primera reacción, con recidivas.

Habría, pues, para un mismo mensaje, una diferencia de intensidad en el efecto, según el nivel social y según el momento en que ese mensaje llegue al auditorio.

Pero el efecto reviste otro carácter, que se refiere a su misma naturaleza: el efecto varía con la función del mensaje. Cada una de las funciones sociales de las TDM (información, formación, expresión, presión, psicoterapia) tiene efectos diferentes, cualitativamente hablando. Por ejemplo, el choque y la reacción producidos por tomar conocimiento de las noticias (información) son muy característicos y no se los puede confundir con los de una obra

artística (expresión), e incluso pueden ser opuestos a estos últimos.

Examinemos con más detenimiento esta situación estudiando sucesivamente la naturaleza del efecto según la función del mensaje, la intensidad del efecto según el nivel social y el momento histórico, un esquema bidimensional del efecto y, por último, las consecuencias del punto de vista de la sociología de las TDM.

Naturaleza del efecto

En el siguiente cuadro presentamos, enfrentándolas, la naturaleza del choque y de la reacción derivados, por un lado, del hecho de tomar conocimiento de las noticias, y por otro lado, del contacto con una obra artística.

Impacto: noticias	Impacto: obra artística
Sorpresa	*Elección*
La noticia corresponde a "lo dado".	Elección sobre el tema y el contenido.
No hay elección previa.	Actitud previa de estado de gracia.
No hay preparación para la recepción.	Expectativa de un objeto elegido.
Choque brusco	*Choque atenuado*
Brusquedad debida a la sorpresa.	No hay sorpresa.
Actualización de la relación.	Expectativa desinteresada.
Actitud de participación, de compromiso.	Actitud lúdicra.
Fuerza de disgregación mental de pequeños choques repetidos y desordenados	*Nada parecido*
Flujo torrentoso.	

Electrochoque de la información.
Guerra de nervios aun en la paz.
Alteración de las estructuras mentales.

Reacción global sin control
Reacción anterior a la toma de conciencia.
Dificultad de anticipar las significaciones.
Ruptura de las defensas de la percepción.

Establecimiento previo de las funciones de censura
Las funciones de censura están al acecho.
Anticipación normal de las significaciones.

Colectivización del mensaje en las masas
Penetración en grandes masas heterogéneas, mal defendidas contra la irradiación afectiva de palabras e imágenes.

Colectivización del mensaje en élites
Penetración en élites homogéneas, capaces de defenderse contra la magia verbal o visual.

No estructuración de los mensajes en marcos mentales de referencia
Ausencia general de marcos mentales referidos a la actualidad inmediata.
El mensaje flota a nivel de la sensibilidad.
Inestabilidad.

Estructuración de los mensajes en marcos mentales de referencia
Marcos mentales constituidos por el esfuerzo de educación y cultura.
El mensaje encuentra allí naturalmente su lugar.
Estabilidad.

Retroacción brusca sobre el emisor
Retroacción viva, parcial, sin matices, sentimental.

Retroacción reflexiva sobre el emisor
Retroacción controlada, elaborada, justificada por referencias estéticas.

Las considerables diferencias que vemos en el cuadro vuelven a encontrarse, *mutatis mutandis*, en el efecto sobre el público de los mensajes regidos por las otras funciones sociales de las TDM. Esa situación justifica la tesis de los sociólogos que estiman imposible globalizar la acción que la prensa, la radio, el cine y la televisión ejercen sobre el público. Cada función tiene una acción específica.

Intensidad del efecto

Me he orientado a reconsiderar la sociología de las TDM combinando dos órdenes de preocupaciones: las del periodista-sociólogo que, ubicado en una perspectiva vertical, se encuentra con el público en el momento de la difusión, particularmente cuando se trata de acontecimientos "detonantes y explosivos" (F. Braudel); y las del historiador que medita, en una perspectiva horizontal, sobre la historia.

Desde un punto de vista esquemático, hay tres niveles o estratos de la realidad social, como diría Gurvitch, que están ligados indisolublemente a tres duraciones históricas:

El nivel "acontecimiental". Se sitúa en la superficie, en un tiempo muy corto, en el momento del choque provocado por el conocimiento del mensaje (llamémosle el choque primario) y en la "irradiación" que nace del rumor inmediato, el que se expande a nuestro derredor, dicho al oído, antes de que intervengan, a nivel de la coyuntura, los líderes de la opinión, los guías, las personalidades notables y el rumor mediato que éstos provocan e inspiran.

A este nivel acontecimiental y durante ese tiempo limitado, el hombre vive en un relativo aislamiento; sólo cuenta consigo mismo y con sus allegados; carece de protección y de apoyo y debe controlar por sí solo la repercusión interna de los mensajes. Aún no se ha sumergido

por entero en las circunstancias y en las situaciones de la coyuntura.

El nivel coyuntural. Esta coyuntura o situación en movimiento, resultante de la concurrencia simultánea y momentánea de hechos y acontecimientos, tiene una historia más larga y más lenta, incluso más elaborada, que el acontecimiento, contingente, inestable, efímero, desordenado; el medio coyuntural incesantemente "se reestructura, busca otros equilibrios, los inventa, moviliza fuerzas de ingeniosidad, o, por lo menos, les da rienda suelta" (F. Braudel).

Coyuntura económica, coyuntura política, coyuntura cultural, coyuntura social: de su entrecruzamiento, de su acoplamiento nace, se organiza y evoluciona el medio coyuntural total. Todas las presiones que intervienen a ese nivel y que son exteriores a las TDM (luchas de opiniones, propaganda, esfuerzo de educación y de difusión de la cultura, instituciones y encuadramientos, circunstancias, acción de grupos innovadores, acción de los líderes y rumor mediato, ejemplos y símbolos surgidos del comportamiento de los demás, imposiciones y controles, etcétera) se organizan en procesos poderosos aunque difusos de interacciones, por los cuales todas las fuerzas sociales expresan sus exigencias, explícita o implícitamente, firme o insidiosamente. Esas fuerzas actúan sobre el choque primario y el rumor inmediato del nivel acontecimiental; los modifican, los diluyen, los digieren para controlarlos e introducirlos por la fuerza dentro de marcos preestablecidos, relativamente precarios respecto de la larga duración histórica. Así, por ejemplo, los pánicos nacen a nivel acontecimiental, y se desarrollan o abortan a nivel coyuntural.

El nivel estructural. Una estructura es arquitectura y ensamble; es, además, permanencia y a menudo permanencia más que secular. Aquí nos situamos más allá de las decantaciones necesarias, al nivel de las fijaciones en construcciones que enfrentan exitosamente la duración histórica y se afirman sólidas, imperturbables, impasibles en medio de las agitaciones acontecimientales y de las

coyunturas inestables. Las estructuras se levantan como un telón de fondo de la escena histórica, como una barrera alrededor de las acciones y reacciones de los demás niveles, coercionándolos, coloreándolos, asimilándolos o rechazándolos.

La ejecución de Luis XVI es acontecimiental, la lucha por la organización de los tres poderes es coyuntural, los marcos democráticos de nuestra sociedad son estructurales.

El esquema bidimensional del efecto

El examen del efecto de las TDM sobre la sociedad muestra que ese efecto puede constituir el objeto de un estudio bidimensional (P. F. Lazarsfeld). A partir de esta pre-

Figura 4. Esquema bidimensional del efecto.

misa he establecido un esquema (figura 4) en el que está representada, como ordenada, la complejidad de las funciones sociales (de tal función a partir de tal fuente

a tal otra función a partir de un conjunto de fuentes, para arribar a un conjunto de funciones a partir de un conjunto de fuentes) y, como abscisa, la irradiación del efecto en la sociedad (en los tres niveles, tomando en consideración las tres duraciones fundamentales).

Entre lo coyuntural y lo estructural he introducido una "zona libre de las potencialidades". La observación muestra que no todos los efectos se inscriben en las estructuras de la sociedad. Hay un período más o menos largo durante el cual se efectúa una decantación, una elección cuyo mecanismo nos es totalmente desconocido. ¿Por qué determinado efecto de las TDM deja su huella en las estructuras, mientras que otro, en apariencia más profundo, desaparece para siempre? Es decir que hay maduración o destrucción.

Concebido de este modo, el esquema describe gráficamente el fenómeno del efecto y permite situar mejor los numerosos y variados problemas que plantea la reacción del público. A nivel acontecimiental, ¿tiene determinada noticia (1), en el momento en que se toma conocimiento de ella, y sólo en este momento, una acción sobre el comportamiento, y cuál es esa acción? A nivel coyuntural, ¿modifica determinado discurso político (2) la opinión, y al modificarla, introduce un nuevo factor en la coyuntura? ¿Qué presiones actúan sobre el efecto? ¿Éste se refuerza, se debilita, se corrompe, no existe? A nivel de las potencialidades abiertas la música radiofónica (3), que ha modificado las necesidades y los gustos de los oyentes, ¿lo ha hecho de tal modo que existe la posibilidad de que esa situación coyuntural se inscriba un día en las estructuras estables de la sociedad? A nivel estructural, las modificaciones introducidas por el status de la radio (4) en la libertad tradicional de información y de expresión, ¿se inscriben en las estructuras jurídicas de la sociedad liberal?

En la comunicación de los mensajes provenientes de las TDM el momento más característico, quizás el más eficaz y, por cierto, el menos corrompido por no ser objeto de interferencias perturbadoras, ese momento privilegiado se sitúa a nivel acontecimiental, en el instante en que se toma conocimiento de los mensajes, antes de que el individuo que ha recibido el "choque" sufra las presiones diversas y heterogéneas —excitantes, apaciguadoras, neutralizadoras, etcétera— del medio coyuntural.

A ese nivel acontecimiental, las consecuencias del impacto sobre las opiniones, actitudes, comportamientos, marcos intelectuales de referencia, resultan del contenido y de la forma de los mensajes, del medio y del momento de la difusión. Hay entonces, bajo una presión específica limitada en el tiempo y en profundidad, una reacción característica, claramente perceptible, que llega a las estructuras mentales de una manera original.

Esa reacción, aunque sea aparentemente fugaz o superficial, condicionará, en una medida que sólo un análisis sistemático permitirá fijar, las reacciones ulteriores, provocadas por las presiones que el medio coyuntural introduce en el proceso de la comunicación. Y esa misma reacción será condicionada y modificada por tales presiones.

Aquí estamos ya en el campo específico de la sociología de las técnicas de difusión masiva.

A nivel coyuntural, la sociología de los mensajes difundidos por las TDM debe, en gran parte, dejar lugar a otra sociología, diferente en su objeto y más general.

Aquí, la observación sociológica permanecerá atenta a las recidivas del choque primario o acontecimiental, que se producirán al sobrevenir acontecimientos a situaciones similares. En efecto, se puede pensar que las huellas de ese choque vuelven a la conciencia, confusamente sin duda, e influyen sobre las opiniones, actitudes y comportamientos cuando surgen, dentro de cierto lapso, un acontecimiento o una situación que se asemejan a los primeros por algunos rasgos. Por ejemplo, las reacciones del público en oportunidad de la guerra de Corea parecen haber estado

sensiblemente condicionadas por el recuerdo de las reacciones de la época del pánico de 1940, las que a su vez habían estado condicionadas por los acontecimientos de 1914: irritación y penosas tensiones, compras desordenanadas y absurdas, búsquedas de un refugio a toda costa, retiros de dinero, violentas fluctuaciones bursátiles, retroacciones bruscas y contradictorias sobre los emisores de mensajes, etcétera. En todo caso, el profesional que yo era en esa época sintió netamente en el público la reaparición del choque anterior.

Por otro lado, la sociología de las TDM (a la que corresponde estudiar esa recidiva) será reemplazada, a nivel coyuntural, por una sociología más amplia y diferente, la de la comunicación social y de la propagación de la cultura. Ésta elegirá como objetos de estudio y de investigación conjuntos sociológicos en los que las TDM no son más que partes (y aun pequeñas partes), medios (y pequeños medios), entre otros igualmente eficaces, como los encuadramientos, los líderes de la opinión, las acciones educativas, las propagandas, etcétera.

Por último, a nivel estructural, la sociología de las TDM desaparecerá y será reemplazada por la historia. Ésta podrá comprender y describir los efectos mantenidos e inscriptos en las estructuras sociales, después de un período de decantación más o menos largo en la "zona libre de las potencialidades".

Los factores de variación

Al término de este análisis muy general, sólo nos queda reunir, para mostrar su complejidad, los factores de variación en la percepción y la memorización de los mensajes, o si se prefiere los factores de modificación del efecto.

Ya los hemos encontrado aquí y allá. Pero importa consignar que son numerosos y que su acción no es unidireccional. Estamos verdaderamente frente a una comple-

jidad sociológica de observación que hay que tener mentalmente presente antes de iniciar cualquier estudio o investigación sociológica sobre los efectos de la comunicación social.

Por eso presentaremos estos factores en forma de un cuadro sinóptico (figura 5) que, al iniciar cualquier trabajo, servirá de marco mental de referencia.

Conclusión

Mi conclusión, muy breve, será presentada en la forma de dos afirmaciones.

En primer lugar, las relaciones que se establecen socialmente entre las TDM y el público constituyen un complejo sociológico de observación, es decir un conjunto desordenado pero aglutinante de secuencias o series de acciones sociales, de sistematizaciones de actividades (por tanto, de funciones), que a partir de una o de varias fuentes determinadas, de la misma naturaleza o de naturaleza diferente, se orientan en sentidos divergentes hacia fines específicos, con interferencias perturbadoras o corruptoras de una secuencia determinada sobre otra.

En virtud de su heterogeneidad —y a pesar de su coherencia— sería peligroso, al menos al iniciar el trabajo, el abordarla tal cual se presenta; para ver claro en ella es preciso fragmentarla en partes homogéneas, que propongo llamar globalidades sociológicas de observación. Se trata de conjuntos de sistematizaciones de actividades que, a partir de una o de varias fuentes determinadas, de la misma naturaleza o de naturaleza diferente, se orientan en un mismo sentido para un mismo fin, con un esfuerzo de la eficacia de una determinada sistematización sobre otra, incluso en los casos en que surja una interferencia de la una sobre la otra. Por ejemplo, la información de actualidad (series de mensajes tendientes a hacer conocer lo que pasa en el mundo) es una globalidad sociológica.

Los instrumentos de difusión

Scriptu | *Dictu* | *Visu*

Las funciones sociales

Información | Expresión | Psicoterapia

Los niveles sociales

Acontecimiental | Coyuntural | Estructural

La duración histórica

Instantaneidad | Corta duración | Larga duración

El entorno pasivo

Ambiente personal | Situaciones sociales

El entorno activo

Hechos | Acciones sociales

Figura 5. Cuadro sinóptico de los factores de modificación. Ley psicológica de selectividad funcional de las percepciones y de las memorizaciones, con su corolario: la autodefensa psíquica (no selectiva) contra las agresiones exteriores (físicas o mentales).

Para facilitar las cosas, la globalidad sociológica será fragmentada en unidades sociológicas de observación, es decir, en sistematizaciones diversas provenientes de fuentes diferentes. Citemos, como ejemplo, la información de actualidad que ofrece el diario impreso.

De este modo, la observación versa sobre un todo coherente, en el que el riesgo de confusión prácticamente no existe. Es entonces posible definir un campo de investigación homogéneo y métodos adaptados al objeto de la investigación.

En segundo lugar, los resultados obtenidos por el mayor número posible de técnicas de encuesta, utilizadas en continuidad, deberán ser ponderados y relacionados sistemáticamente.

Nada es más peligroso que el tomar en consideración el resultado de una determinada encuesta realizada mediante determinada técnica. Aislado y considerado en sí mismo, ese resultado es sospechoso; la parte de verdad que contiene no puede ser determinada con seguridad, pronto es cuestionada en virtud de la evolución rápida de las situaciones, y queda disimulada en la complejidad de las cosas.

La única vía que se nos ofrece consiste en multiplicar las encuestas, orientar nuestros instrumentos de investigación permanentemente sobre el objeto investigado, utilizar al mismo tiempo todas las técnicas disponibles, acumular así los resultados (síntesis de observación) e interrelacionarlos sistemáticamente luego de un esfuerzo de ponderación que haya fijado el contenido de verdad situándolo dentro del conjunto.

Tal acción lenta, laboriosa, perseverante —a la que he llamado doxometría permanente por interrelación— obliga sin duda a ser paciente. Pero sólo ella permite acumular fragmentos de verdad, reunirlos en un todo ordenado y confiable, separar lo esencial de lo accidental y lo permanente de lo contingente.

Vladimir Karbusicky

La interación realidad-obra de arte-sociedad

Nadie podría negar que la obra de arte guarda relación con la realidad y que, asimismo, ejerce una acción sobre la sociedad. Pero en cambio las opiniones son divergentes en cuanto a saber cómo se presenta en la práctica la secuencia de interacciones entre la realidad, la obra y la sociedad y, por otro lado, cuál es el lugar y cuáles las posibilidades de intervención de las instituciones socioculturales y de los medios de comunicación en ese conjunto de interacciones.

Desde hace un tiempo es frecuente buscar la respuesta teórica a este problema mediante la aplicación de la teoría de la información. Tan reiterada es esta actitud que antes de comenzar el análisis de los diferentes aspectos de la aludida serie de interacciones, nos creemos obligados a justificarnos por ser tan "anticuados" en nuestra negativa a aceptar exclusivamente los modelos y las representaciones de dicha teoría. Ciertamente, no pretendemos subestimar las aplicaciones de la teoría de la información, pero somos conscientes del carácter provisoriamente limitado —desde el punto de vista histórico— de ese método que, por otra parte, es sin duda una fuente de inspiraciones y de progreso. Lo que aquí nos interesa es más bien mostrar sus límites *actuales*, sin negar que algún día sea posible formular teóricamente, en un nivel más elevado del pensamiento y en el marco de la teoría de la información, los modelos empíricos que hemos obtenido y que, por el momento, están en contradicción con las aplicaciones actuales en aquella teoría. Es importante señalar que en la formulación de modelos teóricos en estética y en sociología del arte, el solo hecho de utilizar la terminología de la teoría de la información tiene una significación noética. Por ejemplo, el grado de "comprensión de la música 'clásica' " en relación con el grado de instrucción, es decir con la capacidad de percepción adquirida por el sujeto —correlación comprobada empíricamente por la sociología de la música— puede realmente dar lugar a la construcción de un modelo convincente que aproveche los conceptos y el léxico de esa teoría. Pero por ahora, ésos son más bien casos especiales cuya validez no se extiende a la totalidad de la cultura musical o al arte en su conjunto. La aplicación generalizada

de la teoría de la información enfrenta en la actualidad dos dificultades principales.

La primera se debe a que los métodos de las estadísticas matemáticas que sirven para establecer la cantidad de información convienen preferentemente a aquello que está sistematizado y regularmente estructurado y que puede ser previsto con un máximo de probabilidad, mientras que el arte, en cambio, tiende a violar las "reglas" de estilo, y el principio mismo de la estética reside a menudo en la "rebelión" del artista contra esas reglas. Así es como laboriosos análisis matemáticos sólo tienen como resultado, en definitiva, un pobre "glosario" de signos que se repiten. En el caso de la música, por ejemplo, es como si redujéramos el idioma de *El proceso* de Franz Kafka al "basic english" y nos sirviésemos de ese instrumento para exponer los actos y andanzas de K. con el fin de medir de este modo el "contenido de información" de la novela de Kafka.

La segunda dificultad se refiere a que la acción del arte viviente no se presta a ser expresada por el esquema clásico de la transmisión de la información. Hay formas de arte, como la música precisamente, que permiten —con una facilidad tal que ya se hace sospechosa— la interpretación de esa transmisión: la partitura de la obra musical es el código, el intérprete es el emisor de la información, el medio de transmisión es el canal, la audición es la recepción de la información, la percepción es el desciframiento de la información, etcétera. Pero ¿qué podemos decir de las demás formas de arte? ¿Dónde situar, por ejemplo, la "transmisión de la información" en la arquitectura, en las artes plásticas no figurativas, en la danza expresiva? La cosa, además, no es tan simple ni siquiera en la música, en la poesía o en el arte dramático. ¿La operación que consiste en obtener una "información" de los "datos" que el artista "expresa en código" en su obra, de la que somos destinatarios, es realmente para nosotros el efecto final y el sentido de la acción del arte? Éste es un problema que debemos plantearnos, aun en el caso de que demos una interpretación muy extendida a la noción de "información".

Al parecer, el carácter simplista de las aplicaciones de los esquemas de "transmisión de información" al ámbito

artístico proviene principalmente de una incomprensión del carácter multifuncional del arte. En efecto, la mayoría de los que aplican esos esquemas no advierten que la función de comunicación no es más que *una de las numerosas funciones del arte.* Realizan así abstracciones, sin comprender cabalmente aquello con lo que están trabajando, de modo que fácilmente descuidan otras funciones a las que juzgan "no esenciales" pero que no obstante son a veces el alma misma de la obra o del género considerado.

Consideremos, por ejemplo, la diferencia que existe en un modelo de comunicación artística entre la función hedonística y recreativa. La obra de arte nos ofrece más conocimientos en la medida en que sea más original, menos asimilable por los procedimientos de formulación de la teoría de la información. Ahora bien, cuanto menos elementos estereotipados "alfabéticos" —de estilo nítidamente acusado— contengan, será menos "comprensible" de una manera unívoca. Cuanto mayor es la "dispersión de la información", más significación gnoseológica podrá tener la obra. Inversamente, el sistema de probabilidades basado en formaciones estereotipadas, que es redundante en la medida en que exige una transmisión óptima de la información, puede tener, desde el punto de vista del contenido de la información, un valor muy grande, mientras que desde el punto de vista del conocimiento su valor sería, por así decirlo, nulo. En cambio es extremadamente funcional desde el punto de vista hedonístico y recreativo: la percepción de este género de estructuras recorre los "senderos ya despejados" de las neuronas sin tropezar con la menor resistencia seria. El efecto final y suficiente no es aquí el desciframiento de la información, sino solamente la excitación del "aparato de recepción". Un ejemplo típico es el de la audición apagada de un programa radiofónico de música ligera que ofrece al oyente placer y distensión por la percepción amortiguada de temas musicales mil veces escuchados.

Hay otro caso de relación obra de arte - sociedad en que la función de comunicación —por paradojal que parezca— casi no existe: se trata de la acción "sociógena" del arte, que puede presentar toda una gama de posibili-

dades. Por ejemplo el efecto accesorio, adventicio, de cierto género asociado a una cualidad vinculada con el "goce estético", que recibe la influencia de un medio dado (objetos de arte plástico, música o canto en una iglesia). También puede ser la función del arte como "señal" apta para desencadenar factores sociopsicológicos (elementos simbólicos convencionalizados en los himnos nacionales, en los que la "información primaria" disimulada en un texto anacrónico, que expresa una situación histórica "petrificada" de la nación, ya no tiene ninguna importancia; e incluso es muy frecuente que la gente ignore hasta las palabras de esos himnos). No obstante, hay casos en los que un efecto sociógeno puede originarse, por ejemplo, en una situación en que el grupo *se niega a aceptar* cierta clase de arte. Tal es el caso de un grupo de personas que sienten aversión por el arte moderno; se trata entonces de un agrupamiento de "receptores" que no quieren "descifrar los datos emitidos". Esta situación paradojal del "efecto social del arte que no actúa" es digna de la pluma de un humorista.

Pero además, el arte mismo se defiende contra la presión de las exigencias de comunicación. El sentido de ciertas tendencias de la creación artística, consideradas "extravagantes" por la sociedad, es precisamente manifestar la "no comunicación" o el carácter absolutamente no obligatorio de la información. Se crean estructuras de orden estético que desempeñan el papel de un simple impulso, de un "suceso" sonoro o de forma ("Ereignis" de Stockhausen). Esas estructuras excitan la conciencia del sujeto, al que únicamente sugieren: "escoge lo que quieras, piensa como quieras, reacciona como quieras". Este fenómeno puede ser explicado de diferentes maneras. Puede tratarse de una reacción no institucional del individuo contra las exigencias totalizadoras de la sociedad industrial; o de una invitación al espectador para que se convierta en cocreador dejando de ser un receptor puramente pasivo. Pero también puede tratarse de una reacción contra las representaciones escolares e institucionales sobre las relaciones directas entre la realidad, la obra de arte y la sociedad.

La mayoría de las obras consagradas a la enseñanza y a la exégesis del arte nos prueban que los modelos aludidos, que son hasta cierto punto una vulgarización de la teoría de la información, están en la base de la concepción institucional y pragmática del sentido del arte. Nos encontramos, aproximadamente, con este modelo:

REALIDAD

Obra artística

Vía hacia los consumidores

Obra realizada

Acción de la obra en la sociedad

De este modo, lo que se ha introducido en la obra y expresado en código (o sea, en el vocabulario de la exégesis, "lo que el poeta quiso decir"), se irradia a partir de la obra hasta el punto de llegada. La idea incorporada se desprende simplemente de la obra y ejerce su acción sobre el sujeto, influyendo así sobre la sociedad. Casi no existe manual que olvide ofrecer triunfalmente como prueba de este esquema los suicidios de los lectores de los *Padecimientos del joven Werther*. Y esa prueba es el punto de partida de la argumentación de los que piensan que es necesaria una censura estatal y una censura institucional: es muy posible que esta o aquella obra *conduzcan* a un movimiento social indeseable (sobre todo un movimiento de la juventud: probablemente nunca hubo en el mundo una inquisición cultural que no haya invocado el interés de los

jóvenes, respecto de los cuales se arroga el deber de proteger su brillante porvenir con un celo impregnado de santidad).

Según ese modelo, la función de las instituciones socioculturales es, en definitiva, muy simple: consiste en efectuar una "elección" adecuada de obras de arte pedagógicamente deseables y, además, en organizar el acercamiento al consumidor, de manera de incitarlo a absorber el "contenido" de esas obras. Lo único que importa es que la obra se haya hecho institucionalmente accesible al espectador y que sea "presentada" como conviene al consumidor.

En estas condiciones, evidentemente, sólo queda dar un paso más para llegar —cuando el modelo no desempeña su función, cuando el consumidor no "comprende"— a intervenciones muy simples: puesto que en el acercamiento de la obra al receptor todo funciona bien, el error es necesariamente imputable a la obra misma o al artista, que crea de una manera "incomprensible". No es casual que en un siglo en que la presión de los sistemas económicos de la sociedad industrial se aplica en bloque a un número cada vez mayor de sectores de la actividad humana, comprobemos al mismo tiempo que en el arte aparecen las tendencias dirigistas más intensas que jamás conoció la historia.

El blanco de la agresividad colectiva —y a veces de la agresividad del Estado— contra el arte lo constituyen sobre todo los elementos que se sustraen a la concepción pragmática y pedagógica del arte, los elementos que "no sirven para nada", que no apuntan a ninguna finalidad pues son fines en sí mismos y constituyen una prueba de la actitud "burlona" del artista. En el siglo XIX, en los ambientes sociales "correctos" provocaba indignación el elemento subjetivo de la expresión. En el siglo XX, es sobre todo el elemento —neutro desde el punto de vista de la significación— del "juego estético de los materiales" (colores, palabras, tonos y sonidos, formas, movimientos, etcétera) el que se ha atraído el estigma herético del indeseable "formalismo". La manera como ese "formalismo" adquirió en nuestro tiempo un carácter ideológico

permanecerá como uno de los fenómenos más grotescos de la historia del arte: para los nazis se trataba de "bolcheviquismo cultural"; para los stalinistas, de "producto de la descomposición pútrida del imperialismo", y, en ambos casos, con la aprobación de la masa de los consumidores que desconfían apriorísticamente de las obras de arte cuestionadas en virtud de su "ininteligibilidad". No cabría decir que las diversas ideologías han renunciado definitivamente a arrojarse mutuamente la acusación de formalismo: digamos más bien que ese juego adopta actualmente formas más sutiles.

En cambio, los elementos que son susceptibles de mayor precisión de significación y, por tanto, de una utilización ideológica y pragmática, son puestos de relieve. Tal es particularmente el caso del elemento simbólico y figurativo. Por "figurativo" entendemos aquí las correlaciones directas entre la naturaleza de la obra y la realidad bien conocida del consumidor de masas —las descripciones en literatura, la conformidad con los contornos de las formas y con los colores de los objetos en las artes plásticas, la aprobación y la memorización fácil de las melodías en música, las escenografías trucadas en los films de gran espectáculo, etcétera—. Esas tendencias totalitarias —ya sea que se manifiesten en la todopoderosa industria del "arte de consumo" o bajo la forma del apoyo ofrecido por las instituciones encargadas— se orientan en un sentido diametralmente opuesto al del arte verdadero, es decir contra la *dispersión* natural de las ideas. Conducen a una incesante lucha psicológica contra la *intencionalidad humana normal de la percepción*, a una lucha que tiende a impedir que el consumidor perciba la obra según sus necesidades y sus posibilidades. Es preciso que el consumidor de masas no tenga la posibilidad de elegir: o bien reaccionará "imagen tras imagen" como se ha previsto (por ejemplo, en una sucesión bien regulada de emociones vivas y sentimientos tiernos, en un film, o bien según el "contenido" expurgado de *La guerra y la paz*) o, por el contrario, no tendrá la menor reacción y, sentado en su sillón, saboreando golosinas, verá cómo se suceden en la pantalla del televisor el efecto de una bomba de napalm,

una carrera de caballos, la caída de un helicóptero, el nacimiento de quintillizos, los estragos de un temblor de tierra, sin que deba, ni, a decir verdad, pueda manifestar una reacción de simpatía, horrorizarse de lo horrible, llorar con los que lloran, reír con los dichosos.

Cuando surge un arte nuevo, las instituciones deben decidir sobre la acogida que le harán, sobre la medida en que es deseable y susceptible de ser utilizado. Podemos dar aquí un ejemplo de lo que sucedió en nuestro país. En 1955 se escuchó hablar por primera vez en Checoslovaquia de la música electrónica y concreta.[1] En principio, había sobre todo dos clases de instituciones que podían reaccionar, porque estaban directamente interesadas: por un lado, la institución-monopolio que es la asociación de compositores, de la que se podía esperar un reflejo defensivo típico contra algo desconocido, y por otro, las instituciones de la industria cultural, que estaban en condiciones de explotar esa novedad de manera práctica y de las que, por consiguiente, era posible esperar, en cambio, manifestaciones de interés positivo. El órgano de la asociación de compositores reaccionó, en efecto, de acuerdo con la ideología de la época: condenó esa música, calificada de "invención de la cultura burguesa decadente". Ese riguroso rechazo institucional fue mantenido hasta 1961. A pesar de esas condenas y de las denuncias ideológicas, la música electrónica y concreta hizo su entrada en los films y en la radio. El primer film con música electrónica, *Una invención diabólica* (basada en la novela de Julio Verne), se estrenó en 1958 y fue seguido de numerosos films de "ciencia-ficción", así como de numerosos montajes sonoros en la radio. En 1965 se organizó una amplia encuesta sobre la musicalidad contemporánea. Una muestra seleccionada de público escuchó toda una gama de piezas musicales de todos los géneros, grabados en cintas magnetofónicas, desde la música folklórica hasta la música electrónica. La encuesta mostró que si la proporción de gente que "gustaba" de la música electrónica era escasa (3 a 12 %, según los grupos), la proporción de aquellos que ya habían escuchado esa música era de 40 a 70 %.[2] Así pues, en el lapso de cinco a ocho años, la influencia insti-

tucional de la industria cultural había obtenido un éxito importante. El contexto al que se había incorporado la música electrónica y concreta había influido evidentemente en gran medida sobre la orientación de la imaginación de los oyentes. A la pregunta: "¿qué representaciones despierta en usted esa música?", la mayoría de las respuestas mencionaban representaciones del cosmos ("vuelo en el espacio", "galaxias desconocidas", "el espacio, el infinito", "el destello de las estrellas en el universo", "un meteoro", "planetas alejados", "un paisaje del planeta Marte", "distancias gigantescas", "el vacío", "algo etéreo", "el silencio eterno"), de sucesos espantosos y catástrofes (el miedo, el terror, la crueldad, la desesperación, la perturbación, el caos, la explosión de una bomba atómica, el fin del mundo, la muerte, la cercanía o el presentimiento de una desgracia, un fin trágico, un accidente), de fantasía y de movimiento (lo suprasensible, lo abstracto, la armonía de las esferas, la transparencia, una excursión al futuro, el siglo XXII, la utopía, la génesis del movimiento, metamorfosis, el desarrollo de las formas, alucinaciones) y de misterio (lo desconocido, lo fabuloso, seres sobrenaturales, misterios, el más allá, hombres prehistóricos... "subo al cielo", sombras, tinieblas, "noche de aparecidos en un castillo", "la oscuridad en un bosque")... Es bien visible el carácter fuertemente convencional de estas imágenes. Pero también había representaciones no convencionales (el despertar del día, por ejemplo, o también: ovejas en la montaña, el mundo submarino, etcétera). No podemos examinar aquí en toda su amplitud los problemas de orden psicológico que plantea esta encuesta (por ejemplo, la influencia semántica de la palabra "*predstava*", [3] utilizada en el cuestionario; la asociación del impulso que emana de esta palabra con el de la muestra musical escuchada, y su estructura; la influencia de sus detalles significativos concretos sobre la respuesta del oyente a la pregunta relativa a la "*predstava*"; la influencia de las tendencias propias del oyente en materia de observación y de asimilación, etcétera). Nos limitaremos a observar que la estadística confirma una noción ya conocida por la estética experimental, a saber que

las representaciones sugeridas por la música (así como también por las demás formas de arte de "estética laxa") son *diversas* y que sólo cuando se cumplen numerosas condiciones *asociadas* de percepción es posible, ocasionalmente, que esas representaciones sean idénticas o por lo menos muy semejantes. Este porcentaje de semejanza (por ejemplo, la representación convencional del universo) constituye la única base de una "inteligibilidad" común, de una representación próxima y, por ello, de una "comunicabilidad", es decir, es también la base de la utilización posible de un modelo de "transmisión de la información". De todos modos, esto no es más que un caso *particular*; lo natural, lo que *generalmente* tiene lugar, es la dispersión de las representaciones. Por ejemplo, un fragmento de la composición de H. Eimert *Epitafio para Aikichi Kuboyama* evoca imágenes y recuerdos contradictorios:

"He visto hermosas composiciones pictóricas de Paul Klee y de Piet Mondrian" (un estudiante de arquitectura, 25 años);

"Se diría que una sierra circular funciona al aire libre en el mes de enero, que el que serrucha la madera tiene las manos congeladas y que la correa salta todo el tiempo" (un chofer, 24 años);

"¡Pero esto no es música! Más bien recuerda la Inquisición de la Edad Media y las hogueras de brujas —o bien cuadros de Picasso" (un empleado de 50 años);

"Impresión de movimientos concretos vertiginosos, de espirales en el espacio, impresión abstracta de ritmo y de movimiento, de coloridos" (trabajador científico, 32 años).

Prescindamos una vez más del problema de estética experimental que aquí se plantea y que consiste en saber si es posible deducir de las reacciones comunicadas por los consumidores un juicio sobre el "contenido" propio de una obra. Nos enfrentamos con lo que llamamos una *vivencia*; no hay aquí el menor "desciframiento de información". Cuando A. Silbermann comenzó a emplear la palabra "Erlebniss" (vivencia) en sociología del arte,[4] se lo criticó por haber introducido un concepto que pertenece más bien a la psicología. Las encuestas empíricas —sobre todo cuando, como en el caso de Checoslovaquia, se toman en

consideración varios miles de respuestas estadísticamente utilizables y no muestras de algunas pocas decenas de sujetos, como se ha hecho hasta ahora, por lo general, en estética experimental— confirman la fecundidad metodológica de la "vivencia", considerada como el efecto final de la acción de la obra de arte sobre los consumidores. No se trata de la ventaja relativa debida al hecho de que la actual evolución de la fenomenología ha elaborado ampliamente ese concepto y refinado su significación noética. Se trata de que la experiencia ha confirmado realmente la *intencionalidad de la percepción* que condiciona la extrema dispersión cualitativa de las vivencias, de sus "contenidos", de las "significaciones" y de las emociones que despiertan. La cualidad de la vivencia estética puede estar orientada por factores de psicología social y por la acción institucional, pero no por eso deja de ser la *base* de la reacción espiritual del sujeto.

Por lo tanto, podemos definir la vivencia estética como un estado de excitación de la conciencia, determinado por la percepción de la obra de arte en el tiempo, que provoca a partir de las "huellas" dejadas por otras vivencias anteriores (artísticas y extra-artísticas), reflejos variables, de orden afectivo, imaginativo y significativo. En esta concepción (que no formulamos por especulación, por deducción, sino empíricamente), la obra de arte se convierte en un impulso que está más en el origen de un proceso espiritual particular, que en el de una información codificada. Quizás sea posible presentar esta concepción bajo la forma de un modelo matemático en el marco de la teoría de la información, pero es absolutamente imposible que se trate de la serie de interacciones que ha presentado hasta ahora esa teoría como la acción del arte.

En nuestro modelo empírico volvemos a encontrarnos, naturalmente, con los problemas ontológicos fundamentales del arte. Advertimos que la serie de interacciones realidad - artista - obra - institución - consumidor - sociedad es tanto más compleja cuanto que no sólo varía de un caso a otro, sino también según las formas de arte en cuestión. Existen artes en las que el artista crea una obra que sirve solamente de "medio de realización" (partitura musical,

pieza teatral, novela, poema), y otras en las que la obra creada está concluida de una vez por todas (estatua, cuadro, composición electrónica en cinta magnetofónica, film). Hay obras cuya realización se efectúa en privado, bajo la forma de gran número de creaciones individuales dispersas (lectura de una novela); otras, en cambio, sólo se realizan con la ayuda de los efectos de la psicología de masas (representaciones teatrales, conciertos, films, etcétera).

Otro problema se plantea en el campo de la inspiración de la obra: aquí nos encontramos ante una cuestión teórica fundamental de la sociología del arte, la de saber si la realidad social (pertenencia a un grupo, relaciones, presiones de los grupos, de las instituciones o de la ideología del Estado sobre la creación, presiones de la situación histórica del momento, prestigio, ética, etcétera) no es más que *una de las realidades* frente a las que reacciona el artista, al lado de otras realidades (realidad natural, psíquica, biológica; realidad del conocimiento, del arte existente, de las propiedades de la materia elaborada, de las normas y valores estéticos de una época y un medio dados), o bien si es *el vehículo de todas esas realidades*, su principio de organización y de interpretación. ¿La realidad social es sólo uno de los numerosos factores que contribuyen a la creación de la obra, o bien determina a todos los demás factores (lo que haría de ella el determinante en última instancia, como principal factor estructural)?

Evidentemente, no se puede negar el carácter social de la conciencia humana; no se podría negar que ese carácter es indispensable a la ontogénesis del hombre: un verdadero Mowgli no podría ser más que un ser de aspecto humano que tuviera la conciencia de un animal. No es posible vivir en sociedad sin depender de la sociedad. Pero es posible, en cierto nivel cultural, liberarse de esa dependencia. La ciencia constituye el medio más eficaz de tal liberación, como se ve precisamente a propósito de la relación dialéctica de la ciencia y la ideología: es posible convertir una ideología en ciencia, pero no es posible hacer de la ciencia una ideología sin que deje de ser ciencia. La proposición "no es posible vivir en sociedad sin depen-

der de la sociedad" adquiere un sentido diferente cuando es pronunciada, respectivamente, por un psicólogo o por un político. Las instituciones, las élites de los grupos dominantes tenderán siempre a subrayar esa dependencia, mientras que el científico, el filósofo, el artista, buscarán, por el contrario, liberarse de ella. La ciencia es el instrumento típico de la actitud crítica respecto de la sociabilidad que impone la evolución, pero también el arte puede desempeñar ese papel. Y el arte, habitualmente, *se opone* primero —y más eficazmente que la ciencia— a la dependencia que exigen las instituciones. En esta actitud activa hay importantes elementos gnoseológicos: una obra que procede de esa actitud de oposición ofrece a la sociedad una rica materia de reflexión sobre sí misma y un medio para conocerse.

Como éste es un problema que hasta ahora no ha sido abordado de manera empírica y que se ha planteado en forma más o menos deductiva, según las necesidades de una u otra ideología, nos consideramos autorizados, por el momento, a elegir el modo de formulación del modelo que represente la relación de la realidad social con las demás realidades. Coloquémonos, pues, en el terreno de la acción *coordinada* de las realidades, pero en un sentido dialéctico, como si se tratara de una tesis que puede ser refutada. Las zonas de la realidad que afectan a la creación de la obra y la percepción de la misma (o sea, el "consumo") pueden distribuirse como se indica en el esquema.

Es ciertamente superfluo recordar que aquí se trata de un modelo que responde a la actual etapa histórica de la evolución. No sucede lo mismo, por ejemplo, en una comunidad primitiva en la que "el arte" está aún en la etapa sincrética (acción conjugada de la palabra, de los elementos teatrales y plásticos, de la danza y de la música en los ritos), y en la que la función estética aún no ha sido aislada y predominan las funciones utilitarias, principalmente la función mágica. En la conciencia subjetiva de tal comunidad (nuestro modelo es, por supuesto, un resultado originado en una conciencia subjetiva de nuestra civilización) las formaciones preartísticas no apa-

recen como el resultado de una reacción a la realidad, sino al contrario como un medio particular que permite al sujeto actuar sobre esa realidad, a la que se "obliga" a adaptarse al sentido de los ritos. La concepción del arte en los diferentes tipos de sociedad, considerada globalmente, varía entre los modelos ya indicados y el funcionamiento del "pre-arte" en las comunidades prefeudales. Las tendencias primitivas del utilitarismo, en el sentido del arte puesto al servicio de tal o cual modo de influir en la realidad, pueden además manifestarse también en sociedades relativamente evolucionadas y organizadas en Estados.

Todo procedimiento científico debe comenzar por separar artificialmente de la realidad el elemento que estudia para poder analizarlo. Del mismo modo, la sociología del arte separa también de la serie de interacciones realidad - artista - obra - institución - consumidor - sociedad todo lo que pertenece al ámbito de su propio interés empírico y teórico por la sociedad: instituciones socioculturales, relaciones sociales, ideología, pertenencia del artista a los grupos sociales, consumo social del arte, factores sociales y ecológicos que pueden influir sobre la cualidad de la vivencia estética, etcétera. Sin embargo, a menudo se olvida de reintegrar posteriormente el elemento separado. Así nacen fácilmente las teorías "pansociologistas" que explican todo, desde la génesis de la obra hasta la vivencia estética, como un puro y simple resultado del proceso social. La psicología y la estética ya no tienen nada que hacer: todo es resuelto por la sociología. Los "corto-circuitos" entre la sociedad y la obra son, entonces, fenómenos típicos. Podríamos citar, por ejemplo, una monografía sobre Purcell en la que se interpreta el triunfo de la monodia sobre el contrapunto hacia el año 1600 como la expresión de la victoria del absolutismo sobre el equilibrio de clases en el reinado isabelino. [5] En otro caso, la obra de Goya pasa a ser una pura y simple expresión de la maduración de la revolución española. En cuanto a la obra de Wagner, ésta refleja "la potencia [la violencia] del imperialismo y el presentimiento de catástrofe de una clase que ya no ve ante sí más que la necesidad fatal de la expansión", como podemos leer en una obra perteneciente a un eminente fi-

REALIDAD

Psíquica y biológica

De los materiales del arte

Artística

De las normas y valores estéticos

De conocimiento

Natural

Social

Selección - intencionalidad de la percepción

Impresiones del artista y su elaboración con vistas al acto creador

Obra

Obra interpretada

Instituciones culturales, medio de difusión

Consumidores, sus grupos sociales

EXPERIENCIAS

Psicológicas y biológicas

De los materiales del arte

De las normas y valores estéticos

De conocimiento

Naturales

Artísticas

Sociales

Esfera de la creación

Esfera de influencia institucional

Esfera de goces estéticos

lósofo y sociólogo que no ha sabido escapar a los peligros del pansociologismo.[6] Algunos vulgarizadores del hegelianismo, que se han apropiado del término noético hegeliano de "reflexión" (*Widerspiegelung*) se han dedicado a difundir una definición del arte según la cual éste sería "el reflejo de la realidad", pero para ellos esa realidad es exclusivamente la realidad social, de clase, de grupo, o institucional. Simplemente se ha realizado una transposición del dualismo milenario Dios-hombre, materia-espíritu, mundo exterior-sujeto a la relación sociedad-obra de arte. Ya no existe preocupación por saber si la estructura de la obra de arte no procede también de las fuerzas íntimas del artista, de su psiquismo, de sus instintos ("códigos hereditarios de comportamiento"), de la lucha de la intención creadora con la materia (colores, sonidos, palabras cargadas de armónicos de orden semántico, piedra, proyección en la pantalla, etcétera) o también de factores biológicos (erotismo, juventud, vejez, etcétera). El solo hecho de decir que el arte "refleja la realidad" y no que "reacciona ante la realidad" condena al artista al papel de un ejecutante pasivo, precisamente ese papel al que querrían reducirlo las instituciones que manipulan el arte.

Es, pues, evidente que el primer acto de la integración del análisis sociológico en la serie de interacciones que estamos considerando, consiste en colocar a los factores sociales reconocidos entre los demás dominios de la realidad ante los que reacciona el artista. De esta manera, es difícil seguir sosteniendo que la realidad social es siempre y en todas partes el "principio determinante en última instancia", ordenador de la creación artística. En ese caso las intervenciones institucionales, el poder de su influencia parecerán mucho más modestos de lo que frecuentemente se desea. En la creación de la obra, la realidad biológica puede fácilmente dominar la influencia de la realidad social (la edad del artista puede suministrar a la creación de la obra un impulso más fuerte que una revolución que estalle precisamente en ese momento). O bien, mientras que la realidad del conocimiento (sobre la sustancia de la materia, la naturaleza del universo, los acontecimientos históricos, etcétera) depende más de una ciencia

que es socialmente neutra, la realidad de las normas estéticas está, en cambio, más subordinada a la ideología. La influencia de la realidad social cambia manifiestamente de un caso a otro y, por consiguiente, lo mismo ocurre en cuanto al valor de la obra considerado desde el punto de vista de la "reflexión" de la sociedad.

¿Debemos, por esa razón, renunciar a pedir —siguiendo a Th. W. Adorno— que la sociología del arte se dedique al "desciframiento social de la obra",[7] ya que sabemos que de todos modos el análisis de los determinantes sociales de una obra no puede ayudarnos a analizar completamente su estructura compleja?

Se puede responder que sería ciertamente honroso para la sociología poder satisfacer esa solicitación. Pero sólo con la condición de que la sociología considere a ese análisis, hecho "a su modo", sólo como uno de los procedimientos aptos para explicar la obra y que acepte que solamente la reintegración de los resultados alcanzados y su confrontación con un análisis histórico, estético, psicológico, etcétera, podrá ofrecer un enfoque más completo de esa obra. Hay que preguntarse, de todos modos, cuáles son —fuera de los corto-circuitos más o menos "intuitivos" que hemos mencionado— los métodos que la sociología del arte, en su estado actual, puede ofrecer con el fin de analizar la creación de una obra. Esta sociología trabaja de manera dispersa y no sistemática; se adapta a las dificultades del objeto (ése es el motivo de que hasta ahora la sociología de la literatura sea sobre todo una sociología especulativa de la "creación literaria" y de ningún modo una sociología del consumo, ya que éste es muy difícil de apresar en virtud de la realización dispersa de las obras literarias por la vía de la lectura individual); se ve sobrepasada por las estadísticas relativas a los gustos de los consumidores, etcétera. Millares de obras de arte se crean todos los días y la sociología empírica del arte es siempre incapaz de ofrecer un solo proyecto metódicamente elaborado de método experimental normalizado para analizar las circunstancias sociales de su creación. Los sociólogos del arte ni siquiera han concebido la idea de seguir los procesos sociales que están asociados a fenómenos comple-

tamente nuevos que han transformado la estructura del campo de acción del arte (por ejemplo, la música electrónica y concreta, a la que antes nos referimos).

Es así como los engreídos mecenas, las instituciones socioculturales y la burocracia ilustrada de los aparatos de Estado pueden seguir adoptando el papel de protectores e inspiradores del arte, eximiéndose de poner a prueba la manera efectiva en que contribuyen a la estructura de las obras cuya creación reivindican. No arriesgan nada pretendiendo reconocer en una obra "la parte que les corresponde", incluso cuando la intención creadora del artista se orienta en un sentido diametralmente opuesto. Frecuentemente las instituciones que se ocupan de la difusión del arte ni siquiera saben cuál es realmente su ubicación en la secuencia de las interacciones entre la obra, la sociedad y la realidad; ni siquiera conocen sus posibilidades óptimas de acción respecto de las formas diferenciadas del arte y su morfología. Basta evocar la lucha incesante que hay que entablar frente a las dificultades que surgen cuando se trata de presentar un arte verdadero a través de los medios de comunicación de masas. En efecto, por su naturaleza esos medios están más adaptados a la difusión de obras estereotipadas —es decir, obras de arte de consumo—, mientras que el arte que apela al carácter único de la vivencia estética escapa, casi siempre, a las formas actuales de presentación, sin que este hecho sea advertido por los mismos especialistas de los medios de comunicación de masas.

En las páginas anteriores hemos tratado de ver cuál es el verdadero lugar de las instituciones socioculturales y de los medios de difusión en las interacciones realidad - obra de arte - sociedad; pero no ignoramos que esta exposición no bastará para que dichas instituciones adopten voluntariamente la posición que, creemos, debe corresponderles. Para obligarlas a hacerlo serán necesarios análisis convincentes de la sociología de la cultura y del arte. Ciertamente, mientras no dispongamos de una metodología bien elaborada y de resultados lógicamente probatorios del estudio empírico de su acción, debemos contar más bien con los trabajos correspondientes al campo de

la ideología; entre éstos debemos contar, probablemente, aquellos que tienen por objeto ridiculizar los complejos neronianos o las torpes tentativas de "orientar" y de "dirigir" la creación artística, de decidir si un movimiento artístico es "deseable" o no, de expurgar el arte mediante la intervención de la censura política o "moral" y de provocar la "indignación" de los buenos ciudadanos contra la audacia de quienes no respetan las normas establecidas.

Nota bibliográfica

En este artículo, el autor ha utilizado las conclusiones de algunos estudios suyos, cuya nómina es la siguiente:

"Sobre el concepto y la estética de la 'música ligera'...", *Hudebni vèda,* Praga, 1967, nº 1-3 (resumen en alemán).

"Zur empirisch-soziologischen Musikforschung", *Beiträge zur Musikwissenschaft,* 1966, nº 3-4.

Encuesta sobre la musicalidad contemporánea (con la colaboración de J. Kasan), Praga, 1964; nueva edición aumentada, Praga, 1968 (resúmenes en alemán, francés, ruso e inglés).

"Los factores sociales de la percepción estética. Estudio de las relaciones entre la experiencia sociológica y la experiencia estética...", *Estetika,* Praga, 1967, nº 3 (resumen en alemán).

"La experiencia en sociología musical. Metodología de las encuestas efectuadas en el ámbito del arte...". Dos contribuciones a la recopilación *Cuestiones de sociología musical...,* Praga, 1967 (resúmenes en ruso, francés, inglés y alemán).

"El realismo. Análisis del contenido de las publicaciones musicales 1948-1965", publicado parcialmente en *Hudební Rozhledy,* 1966, nº 18.

[1] J. Matejcek, "Poznámky o elektronické a konkrétní hudbe' (Notas sobre la música electrónica y concreta), *Hudební Rozhledy*, Praga, nº 6, 1955.

[2] Resultados publicados en: *Vyzkum soucasné hudebnosti* (Encuesta sobre la musicalidad contemporánea), nueva edición aumentada, Praga, 1968.

[3] "Predstava" puede significar tanto "idea" como "imagen", "representación".

[4] A. Silbermann, *Wovon lebt die Musik?*, cap. III: "Das Musikerlebnis und sein Sozial-Bestimmendes", Regensburg, 1957.

[5] R. Sietz, *Henry Purcell: Zeit, Leben*, Werk, Leipzig, 1955.

[6] Th. W. Adorno, *Dissonanzen*, 3a. ed., 1963.

[7] *Id., Einleitung in die Musiksoziologie*, 1962.

Heinz Otto Luthe

La música grabada y la industria del disco

Examen de una cuestión no abordada hasta ahora en las investigaciones de ciencias sociales

I

Como se sabe, los especialistas de las ciencias sociales han tardado un poco en encontrar la manera de poner cierto orden en el caos de opiniones y de afirmaciones suscitado por la prolongación de las discusiones relativas a los efectos sociales de los grandes medios de información: cine, periodismo, radio y televisión. Al emprender un profundo estudio interdisciplinario de esos medios, los mismos especialistas contribuyeron —tardía pero poderosamente— a institucionalizarlos. La contribución de las ciencias sociales a esa institucionalización, así como a la integración de los grandes medios de información en la sociedad, fue tan eficaz que permitió superar toda una serie de dificultades con las que se tropezaba para asegurar la difusión de las nuevas técnicas aplicadas por los medios. Gracias a los estudios realizados sobre la difusión de las invenciones (K. Kiefer, 1967), ahora sabemos que la propagación de las nuevas técnicas, es decir, en definitiva, el progreso material, ejerce siempre una influencia más o menos fuerte sobre los aspectos inmateriales de la civilización. Por su parte, los adeptos a ideologías muy diversas se han servido de esos estudios para tratar de dar a sus argumentos interesados y poco realistas la apariencia de razones fundadas en una concienzuda crítica de la civilización, entorpeciendo así la adaptación social y cultural de la colectividad a la situación derivada de las innovaciones técnicas. Recordemos, por ejemplo, para situarnos en nuestro tema, que se ha atacado la omnipotencia de los medios de comunicación de masas y la influencia que éstos ejercen sobre un público disperso e indefenso. Aún hoy el mito de esa omnipotencia —que ha sido, sin embargo, repetidamente examinado por la crítica científica y reducido a su verdadero contenido ideológico (P. F. Lazarsfeld y R. K. Berton, 1948, pp. 95-118; E. Katz y P. F. Lazarsfeld, 1955, pp. 16 y ss.; R. A. Bauer y A. Bauer, 1960)— conserva, en la práctica, un poder cuya fuerza no puede residir más que en la irracionalidad. Esta impresión se confirma cuando echamos una ojeada a ciertas publicaciones que alegan ser de ciencias sociales y que tratan de los grandes medios de información consi-

derados separadamente o en conjunto; citaremos, a este respecto, la obra de Marshall McLuhan titulada *Understanding Media* (1964, p. 20).

La discusión de los problemas relativos a los grandes medios de información ha puesto en evidencia la existencia de un conjunto de concepciones que, en los mejores casos, revisten un carácter sociofilosófico y que tienen en común una representación considerablemente mecánica de la influencia ejercida por esos modernos medios de información, que parecen tener una acción inmediata y directa sobre el público. Para arraigar en los espíritus esa representación, cuya inexactitud ha sido posteriormente demostrada, la investigación sociológica ha recurrido cuando sólo estaba en sus comienzos, a la impresionante imagen de la aguja hipodérmica —"hypodermic needle"— (B. R. Berelson, P. F. Lazarsfeld y W. N. Mc Phee, 1954). Fue principalmente en el campo de la psicología social donde los investigadores llevaron esa idea hasta el absurdo. Aunque esa comprobación sea relativamente válida en lo que se refiere a la influencia ejercida por los medios de información en el plano personal, no puede, en cambio, trasponerse *a priori* íntegramente al plano social. Si la psicología social ha dado su contribución a la desmitificación de los medios de masas y a la concreción del debate, hay que convenir en que, hasta el momento, no se puede decir lo mismo de la sociología. Así aparece el "talón de Aquiles" de esta disciplina; en consecuencia, los argumentos que se apoyan en cierta crítica de la civilización se aplican más bien al ámbito social que al ámbito personal. No porque se haya acentuado la necesidad de efectuar investigaciones interdisciplinarias podemos prescindir de las contribuciones que legítimamente debemos esperar de cada disciplina aislada.

En el estudio de los efectos sociales de los grandes medios de información es cada vez más frecuente que, bajo el efecto de una tendencia progresivamente acentuada, el lugar que debería ocupar la sociología lo ocupa la filosofía de la civilización y una crítica de la civilización teñida de cierta autocomplacencia. La "larga marcha" de-

la sociología hacia el objetivo antes esbozado comienza ahora.

II

El malestar que se advierte en la mayoría de los *observadores* de la sociedad —pues apenas se puede hablar en este contexto de *miembros* de una sociedad (P. F. Lazarsfeld, 1965)—, es decir, en la mayoría de esos "intelectuales" que emprenden análisis críticos de las tendencias de nuestra civilización, tiene una larga tradición.

Leo Löwenthal (1961) hace remontar la ascendencia de esos intelectuales —en la medida en que aquí nos interesan— hasta Montaigne y Pascal, después de los cuales cita a Goethe, Schiller, Lessing, Tocqueville, Taine y Marx. Aún podríamos remontarnos más lejos, hasta Platón, que en su *Fedro* (P. F. Lazarsfeld, 1955) ha desarrollado, al referirse a los males que ocasiona el descubrimiento y el empleo de la escritura, ideas que anuncian ya las de Marshall McLuhan (1962, p. 25).

Desde que los grandes medios de información comenzaron a institucionalizarse en la sociedad moderna, se asistió a cierta intensificación de la "crítica de la civilización", cuyas manifestaciones han llegado a ser cada vez más frecuentes. Cualesquiera que sean las diferencias que inicialmente puedan separarlos, los representantes de esa crítica llegan finalmente a concentrar la atención en los mismos puntos, a saber (P. F. Lazarsfeld, 1965, p. 4):

"1. El grado de compatibilidad posible entre los gustos altamente diferenciados de los intelectuales y los programas relativamente uniformes y estandarizados de la radio y de la televisión.

2. La repugnancia de los intelectuales a admitir que una producción colectiva pueda tener verdaderamente el carácter de obra de arte.

3. La creciente tendencia que tiene una sociedad cada vez mejor informada a modelar su actitud a partir de la actitud de los intelectuales, y a meditar por sí misma sobre los problemas que plantea la civilización actual.

4. Las dificultades inherentes a toda estructura social dentro de la cual compiten los intereses del Estado, de los ciudadanos y de las organizaciones comerciales de las que dependen los grandes medios de información.

5. El temor que experimentan los intelectuales (más en Francia que en los Estados Unidos) de que los grandes medios de información desorienten a las masas obreras y les hagan perder, finalmente, su conciencia de clase."

Los autores que tratan de estos temas han tenido hace algunos años una acentuada tendencia a hacer girar toda la discusión en torno a la antinomia que según ellos existe entre la cultura de las élites y la cultura de masas; por nuestra parte, tenemos la impresión de que también en este caso se trata de uno de esos famosos falsos problemas de dicotomía, enumerados y analizados de manera crítica por Georges Gurvitch (1933, pp. 31-65). La idea de un continuo en cuyos dos extremos se sitúan —en el ideal, cuando no en la realidad— dos formas de cultura y de vida social que permiten distinguir a la élite de la masa, nos parece ciertamente más justa que la concepción antinómica mencionada, aunque ésta responda más a la necesidad de compromiso del crítico. A este respecto, se puede comprobar una vez más hasta qué punto las concepciones taxonómicas tienden a predominar en el campo de la filosofía social sobre un pensamiento orientado al estudio concreto de los problemas por resolver.

Para saber en qué estado se encuentra actualmente la discusión internacional de este problema, pueden consultarse las siguientes obras, que ofrecen una información más o menos completa: el mencionado libro de Löwenthal; el volumen de 1960 de la revista *Daedalus* —órgano de la American Academy of Arts and Sciences— que reproduce textualmente el estudio publicado en 1959 por N. Jacobs; uno de los volúmenes (1965) de la revista *Communications,* que se publica en París con la dirección de Georges Friedmann y del Centro de estudios de comunicaciones de masas; los trabajos publicados en 1964 por Harold L. Wilensky y en 1967 por E. Gilson; y, por último, la recopilación de textos realizada por Bernard Rosenberg y David Manning White (1957).

En esta discusión predomina un pesimismo algo presuntuoso; sus participantes se sienten muy inclinados a trasponer al plano cultural la teoría formulada en 1550 por Sir Thomas Gresham, según la cual la moneda mala suplanta a la buena, y a sostener, por analogía, que la mala civilización de masas elimina la buena cultura de élites (véase también J. H. Müller, 1963, p. 127).

III

Se ve, pues, que si los sociólogos quieren responder, en lo referente al análisis de los efectos sociales de la información de masas, a las exigencias antes definidas, deberán realizar, antes que nada, toda una serie de trabajos previos. Entre ellos desempeña un papel importantísimo la crítica de las ideologías, que permitiría, a través de un razonamiento anticrítico, reducir a su verdadero contenido ideológico la crítica de la civilización. Sólo entonces estará libre el camino para la investigación empírica. Hemos visto que, de manera general, los grandes medios de información se constituyeron muy tardíamente en uno de los temas centrales de la investigación social empírica. Y esto es particularmente válido para el disco, ese moderno medio de difusión que es el objeto principal de este estudio. Hasta ahora se tenía la impresión de que el disco era el pariente pobre de la investigación sobre los grandes medios de información; los especialistas apenas se preocupaban —salvo algunas excepciones (A. Silbermann, 1955)— de saber hasta qué punto las características del disco permitían situarlo entre los medios de comunicación de masas. En realidad, por más que adoptando la fórmula del lecho de Procusto se puede llegar a clasificar al disco entre esos medios —cuya definición, de todos modos, no es convincente—, conviene observar que, por las condiciones que rigen su producción, su distribución y sobre todo su utilización, el disco se distingue nítidamente de los demás medios de comunicación de masas.

Entre las principales características fundamentales que distinguen al disco, citaremos las siguientes:

1. Ninguna condición de lugar se impone al consu-

midor para recibir el contenido del disco; en este sentido, el disco presenta analogías con la radio y, en cierta medida, con la televisión, mientras que se diferencia claramente del cine.

2. Tampoco se le impone al consumidor ninguna condición de tiempo; en este sentido, en cuanto a la recepción del contenido del disco, éste se diferencia de la radio, del cine y de la televisión, mientras por otro lado presenta analogías con el libro de bolsillo, al que se clasifica a veces entre los medios de comunicación de masas. Cualquiera que elija el disco como medio de comunicarse con otro no estará nunca en condiciones de decir que hay un numeroso público que, en un momento determinado, está recibiendo su comunicación.

3. Aparte el hecho de que el material del disco se desgasta, el disco puede ser reescuchado; también en este caso se pone en evidencia la completa libertad de que goza el consumidor, sólo comparable como ya indicamos en el parágrafo anterior, a la que le ofrece el libro de bolsillo o el periódico.

Consignemos, a este respecto, que para definir en su conjunto los medios de comunicación de masas también podemos utilizar un criterio basado en sus elementos comunes: producción masiva, difusión masiva y carácter masivo —pero no necesariamente sincronizado— del consumo. No obstante, el estudio de las características fundamentales del disco podría suscitar un replanteo de la discusión terminológica sobre el concepto de comunicación de masas o de grandes medios de información.

4. Hay que agregar que, contrariamente a los demás medios de comunicación de masas, el disco requiere, para institucionalizarse, cierta ayuda exterior. Sólo a través de una simbiosis con la radio ha podido elevarse al rango de una institución sociocultural. En lo que se refiere a su producción, ésta siempre depende de la industria eléctrica; en cuanto a su distribución o difusión, la aseguran no solamente la radio sino también las librerías y gran cantidad de clubes. En general se puede decir que desde el punto de vista económico o técnico el disco necesita constantemente el apoyo de los otros grandes medios de in-

formación. El hecho de que su crecimiento haya tenido lugar a la sombra de otros medios económica y técnicamente más poderosos explica tal vez, en parte, que el disco haya tardado tanto en ser descubierto por los especialistas de las investigaciones en ciencias sociales y, en particular, por quienes se interesan en los medios de comunicación de masas. También aquí el vacío existente fue aprovechado por una vigilante crítica de la civilización que, en su pesimismo, se mostró particularmente agresiva con el disco. Pero si realmente el disco, en su esencia, no llegó a alcanzar, como los demás grandes medios de información, un nivel satisfactorio, y si siempre necesitó un apoyo exterior, es verdaderamente aterrador el papel que se le adjudica. Asociado como está a la radio, que amplifica, acelera e intensifica su acción, constituye uno de los peores agentes de la terrible maldición que pesa sobre nuestra civilización desde la aparición de los medios de comunicación de masas. Tal es, por lo menos, la opinión expresada por los autores que, en su crítica de la civilización, se han detenido a considerar el prototipo de ese medio de comunicación que permite reproducir las obras artísticas con creciente fidelidad. De este modo surge la fatal tendencia a la generalización que distingue a una filosofía marcada por la parcialidad, que se cubre con las apariencias de un intelectualismo agudo: se pretende que el disco, como elemento integrado a nuestra cultura musical, pone en peligro esa misma cultura (de ningún modo se tienen en cuenta los efectos compensadores); al parecer, estamos cayendo en una "degradación de la audición", en una "desconcentración de la facultad de percepción" (Th. W. Adorno, 1956, p. 31) y en la "aniquilación de la individualidad" (*ibid.*, p. 16).

¿Qué puede replicar el sociólogo a tales acusaciones? En primer lugar, puede hacer notar que éstas no responden tanto a esa crítica de la sociedad que, cuando va hasta el fondo de las cosas, constituye uno de los elementos aceptables de las teorías marxistas, sino a un cinismo de tipo fascista, cinismo cuyas afirmaciones, ya provengan de la derecha o de la izquierda, se parecen notablemente. El reemplazo del análisis por la polémica, y de la crítica por la

agresión, caracteriza las formas tardías de esa filosofía que dirige sus ataques a ese fenómeno llamado cultura de masas; y si se trata de la reproducción de obras artísticas la crítica se vuelve aún más áspera, más sombría, menos profunda y más agresiva. La obra de Theodor W. Adorno es un ejemplo notable. Este autor, como se advierte fácilmente analizando sus escritos, utiliza un vocabulario que proviene en gran parte de la psicopatología (comprobación, por otro lado, interesante desde el punto de vista sociológico). A pesar de su estilo rebuscado y de su pasmoso vocabulario, se tiene la impresión de que racionaliza fuertemente y que analiza las disonancias sólo para proyectarlas en el mundo circundante. Pero, por interesante que pueda ser la significación sociopsicológica del estilo utilizado por esta crítica de la civilización y por las excrecencias de esa crítica, más aún nos interesa estudiar todo lo que parece probar la creciente esterilidad de esas obras, y demostrar la inexistencia de un peligro en el que se llegó a creer demasiado: el que resultaría del automático cumplimiento de las profecías formuladas dentro del marco de esa crítica comprometida. Entre los filósofos en cuestión, la elegancia del estilo y la claridad de las ideas son, lamentablemente, inversamente proporcionales una a la otra, de tal modo que el lenguaje se presenta cada vez más como un instrumento de demostración y cada vez menos como un instrumento de comunicación. En definitiva, se observa aquí una evolución exactamente contraria a aquella de la que nos habla Walter Benjamin en su estudio, tan frecuentemente citado, sobre la reproducción de las obras artísticas (*Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, 1955). Según Benjamin, a partir del momento en que la obra de arte adopta la forma de una reproducción obtenida por procedimientos técnicos, pierde su "aura" y escapa al dominio artístico; en cambio, aumenta su accesibilidad, lo que implica que desempeña nuevas fórmulas sociales. La crítica de la civilización, por el contrario, se vuelve, con el tiempo, menos accesible y se transforma en un culto; se fabrica un "aura" (en el sentido que le da Benjamin), apoyándose para ello en un vocabulario de tér-

minos escogidos y en una sintaxis incomprensible, a la que su misma oscuridad confiere una especie de magia. Si hay aún en Adorno cierta autenticidad, sus discípulos e imitadores, en cambio, bordean el ridículo.

IV

Las ideas de Walter Benjamin, invocadas con tanta frecuencia, han sido completamente desvirtuadas y hasta esterilizadas por sus discípulos. Su voluntad de compromiso, su deseo de luchar contra el fascismo cultural y la seriedad de sus argumentos, han sido aprovechados abusivamente por una crítica de la civilización demasiado autocomplaciente. Sus concepciones, en cuya formación la historia ha desempeñado sin duda un papel, presentan aún un interés para el especialista de las ciencias sociales, en la medida en que Benjamin se limita a examinar, sin espíritu polémico ni agresividad, la "modificación funcional" que sufre la obra de arte reproducida por procedimientos técnicos. Por lo demás, las ideas de Benjamin sobre este punto están muy cerca de las reflexiones de Max Weber sobre los fundamentos racionales y sociológicos de la música (*Die rationalen und soziologischen Grundlagen der Musik*, 1956). Al examinar las funciones del disco como medio de comunicación de la experiencia musical, analizaremos aquí preferentemente —como lo quiere el tema mismo de nuestro estudio —las funciones sociales, culturales y económicas. El problema de las funciones estéticas no será considerado porque constituye más bien el objeto de estudios musicológicos, fisiológicos y psicológicos. En la medida en que, al igual que el biólogo, el especialista en los medios de comunicación de masas, el sociólogo y el antropólogo social conciben la función en su integración dentro de un sistema, es necesario preguntarse hasta qué punto el disco contribuye a la edificación, la regulación y la evolución de un sistema social, de un sistema cultural y de un sistema económico (R. K. Merton, 1964, pp. 21 y ss.).

En primer lugar, el disco ha movilizado toda una rama de la industria en la que la racionalización de las técnicas se ha desarrollado sin cesar (A. Coeuroy y G. Clarence, 1929; R. Gelatt, 1954; W. Hass y U. Lever, 1959; O. Read, 1959; P. Gilotaux, 1962). Pero la mercancía de precisión cuya fabricación y circulación se deben a esa rama industrial no ha constituido nunca, salvo una excepción (R. Reichardt, 1962), el objeto de investigaciones económicas; sólo tardíamente llegó a figurar en los debates sobre la así llamada sociedad de consumo, debates que contemplan también los problemas del ocio y de las comunicaciones de masas, tal como se plantean en nuestras sociedades altamente industrializadas (E. Zahn, 1964). En esa oportunidad, la crítica de la civilización utilizó con evidente placer la palabra "mercancía" —aplicándola al disco así como antes la había aplicado al film (P. Bächlin, 1946)— para servirse de ella como pretexto de una polémica poco referida a la realidad. El hecho de que los problemas de la industria cutural no hayan sido nunca estudiados a fondo y de manera concertada por los especialistas de la sociología y de la economía ha tenido repercusiones particularmente fastidiosas en el ámbito del disco. En todo caso, éste sería un tema fecundo de investigación para una disciplina aún inexistente. En una época en la que, llevando los procedimientos de la grabación hasta un punto cercano a la perfección, el "mago del sonido" John Culshaw (G. Fierz, 1965) ha trastrocado completamente las técnicas tradicionales del concierto y sobre todo de la ópera —lo que permitió al pianista Glenn Gould predecir que llegará el día en que la sala de concierto será despojada de sus prerrogativas por el estudio de grabación y por electrófonos de alta calidad técnica (J. Culshaw, 1966)—, en otras palabras: en una época en que la música "discógena" parece ya una realidad, la ausencia de una ciencia de la industria cultural es particularmente lamentable. La industria del disco ha logrado apoderarse de todo aquello que en el mundo entero forma parte del repertorio "clásico" (desde las canciones báquicas de Seikilos hasta la música electrónica de Karl Heinz Stockhausen) o del folklore musical, lo que no le ha impedido

aprovisionar diariamente el mercado con nuevos discos de música recreativa. Pero, protegida como lo está por la poderosa industria eléctrica, esta industria no se ha ocupado de racionalizar sus modos de producción y de distribución. El mercado —una de las formas de organización racional de la economía— es para ella una noción hermética; lo más que se puede decir es que ha llegado a familiarizarse con esa noción hace apenas algunos años, o sea cuando una competencia desenfrenada amenaza sustituir al régimen del oligopolio (M. Dénuzière, 1968; E. A. Peschler, 1968). Si se hace abstracción de las luchas de precios que se observan en el ámbito del disco, donde por lo demás la competencia sólo tiene lugar entre los revendedores, se llega a la comprobación de que por lo que se refiere a la formación de los precios (elemento central de una buena gestión) la industria del disco viola constantemente los principios de una sana economía. Las obras más diferentes se ofrecen al mismo precio: exactamente lo mismo cuesta un disco que reproduce una sinfonía de Brückner o una sonata para piano.

Es cierto que actualmente la industria del disco se ve sometida de dos maneras a presiones cada vez más fuertes que tienden a favorecer su racionalización, y que es de esperar que influyan también sobre los precios. Los gastos de producción —que son función del equipo técnico y del personal de ejecutantes necesarios— han llegado a constituir un elemento importante del costo de fabricación del disco. Ahora bien, desde el surgimiento de la industria del disco se ha implantado la costumbre de buscar la colaboración de artistas eminentes, a los que se ofrece contratos de exclusividad para asegurar sus servicios; esta práctica ha provocado una sensible elevación de los costos de fabricación. Además, se ha revelado deplorable en otro plano, en el sentido de que lleva a una situación en la que es el productor de discos el que fija, en cada caso, la composición del grupo de ejecutantes encargado de grabar una obra. Debemos señalar que lo que nos interesa es el efecto que se puede esperar de la música grabada en un disco, mucho más que las condiciones en las que se ha efectuado la grabación. Ha llegado, por cierto, el mo-

mento de poner de manifiesto que la práctica que evocamos puede, en los casos extremos, comprometer la calidad misma del disco; es lo que amenaza producirse, por ejemplo, cuando la composición del grupo de ejecutantes no ha sido equilibrada como habría hecho falta, o cuando una orquesta de primera línea es puesta a las órdenes de un director casi desconocido.

En el plano del consumo, la industria del disco está expuesta a los efectos de ese fenómeno particular que constituye la evolución del gusto (J. H. Müller, 1963, pp. 102 y ss.); por otra parte, el perfeccionamiento de las técnicas, sobre todo el desarrollo de la estereofonía, ha hecho necesario el empleo de aparatos de audición tan costosos que numerosos consumidores deben prestar atención a la cuestión de los precios; esta alza de los precios ha restringido considerablemente la posibilidad casi ilimitada que existía originalmente —como antes indicamos— de escuchar música grabada. También hay que señalar, en lo que se refiere a la música recreativa, la importancia del papel de la moda, cuyas tendencias varían incesantemente (R. König, 1962, pp. 103 y ss.). Además, como durante los momentos de libertad compiten todo tipo de necesidades o aspiraciones, se ha efectuado, sobre todo en los jóvenes, una diferenciación de los modos de utilización del ocio, dentro de los cuales la audición de obras musicales grabadas —ya se trate de música clásica o de música recreativa— ha dejado de ocupar un lugar privilegiado; por lo demás, este fenómeno ha conducido a ciertos cantantes que tienen sentido de los negocios —como los Beatles o Sheila— a abrir tiendas de moda para seguir sacando partido del poder de compra de los jóvenes, que se ejerce en las direcciones más diversas.

Finalmente, nos vemos impulsados a comprobar que es absolutamente indispensable que la industria del disco se dedique a estudiar una producción y una comercialización orientadas según una estrategia que le permita evitar caer en la dependencia de las primeras figuras y, ante un público de consumidores altamente diversificado, perder completamente el control del mercado. Solamente sobre la base de esta estrategia comercial podrá la industria del

disco, como las industrias ligadas a los demás grandes medios de comunicación, ampliar y diferenciar la gama de sus funciones sociales y culturales. En todo caso creemos, por las razones antes expuestas, que los cinco puntos mencionados por Lazarsfeld para situar el debate sobre la cultura de masas no pueden ser considerados, sin más ni más, válidos en cuanto al disco y a la industria del disco.

En efecto, para esta industria la oferta está lejos de ser homogénea e, incluso en lo que se refiere a aquellas categorías cuyos elementos parecen serlo, la oferta es cada vez más diferenciada: recordemos, por ejemplo, el célebre caso de las 50 grabaciones diferentes de la Quinta Sinfonía de Beethoven.

Producto de un trabajo de equipo, el disco es considerado, aun por los artistas, como una cuasi-obra de arte, o como el medio por el cual se comunica el contenido de una obra musical; permítasenos recordar, en este sentido, las observaciones de Glenn Gould, para quien directores de orquesta como Georg Solti u Otto Klemperer pasan una parte cada vez más importante de su tiempo en los estudios de grabación. Nos parece que si suben de vez en cuando al podio de los conciertos es para atenuar el efecto de las discordancias cognitivas y emotivas que despierta en ellos la crítica de la cultura. Las condiciones de trabajo y de remuneración que brindan los estudios a esos músicos son como para seducirlos y para hacerles olvidar la inconveniencia de perder el contacto directo con un auditorio materialmente presente, contacto que Walter Benjamin consideraba uno de los elementos esenciales de la calidad artística de la ejecución.

Finalmente, los demás temas propuestos por Lazarsfeld para servir de puntos de partida a un estudio sobre la cultura de masas sólo son parcialmente válidos en el caso de la industria del disco, ya se trate de la competencia recíproca entre las necesidades culturales y la diversidad de los modos de utilización del ocio, o de la constante evolución del comportamiento de los consumidores y la manera en que utilizan su poder de compra. Ha llegado a ser indispensable el encarar las cosas de manera más

detallada; pero esto requeriría ante todo investigaciones metódicas, teóricas y prácticas, sobre el disco y la industria del disco.

V

En su investigación sobre el disco y la sociedad ("Schallplatte und Gesellschaft", 1965), Alphons Silbermann, utilizando a la vez una especie de análisis secundario de lo que hasta ahora se llamaban *leisure studies*, o estudios sobre el ocio, las investigaciones empíricas ya realizadas sobre las comunicaciones de masas y su propia concepción de la sociología del arte, ha intentado por primera vez determinar las dimensiones que deben darse a un estudio de las funciones sociales del disco. Sus desarrollos teóricos tienden igualmente a poner en evidencia una convergencia de la sociología del consumo y de la sociología cultural. En lo que se refiere a las funciones del disco en el plano personal, Silbermann, coincidiendo en este punto con Max Kaplan (1960), indica que el consumo del disco, como hecho colectivo o individual de carácter simbólico, importante o accesorio, puede estar ligado a funciones de descanso, de distracción o de desarrollo.

Señalemos todavía algunas de las vías en que podría orientarse útilmente la investigación social —teórica o práctica— para compensar, en el marco de estudios relativos al fenómeno del disco y de la industria del disco, las lagunas ya señaladas que esa investigación dejó subsistir.

1. Sería en nuestra opinión interesante averiguar en qué medida el disco y el libro —uno y otro elementos del contenido de esos otros medios de comunicación de masas que son la radio y la televisión— han contribuido a hacer de la "cultura de élites" y de la "cultura de masas" dos polos opuestos. Desde sus comienzos, la industria del disco siempre ha asegurado o facilitado la producción o la difusión de dos tipos de música: la "música clásica" y la "música recreativa". Sería, pues, oportuno tratar de determinar en qué medida la difusión de obras musicales que

se sitúan desde el punto de vista de la calidad estética en dos niveles diferentes, ha podido facilitar tal "polarización" y sensibilizar en este sentido al público haciéndolo tomar conciencia del problema. Sería también interesante preguntarse si, como piensa por lo menos Talcott Parsons (1966) —quien de todos modos no llega a tratar expresamente esta "polaridad"—, los mencionados procesos de "polarización" han sido un factor eficaz e incluso absolutamente determinante de la edificación, de la regulación y de la evolución de nuestra sociedad, y hasta qué punto lo fueron.

2. Otro problema que sería interesante estudiar teóricamente puede formularse de esta manera: ¿en qué medida la difusión de una música reproducida bajo una forma más o menos satisfactoria por medio del disco ha provocado la destrucción de ciertas ilusiones? En otros términos: ¿el disco ha provocado en los consumidores la saciedad o la apatía, haciendo a veces algo más que saciar sus necesidades culturales? A este respecto, se podría hablar de los efectos disfuncionales del disco; y también se podría seguir el ejemplo de G. Sonstevold y K. Blaukopf (1968), cuando califican a la música del disco como "Musik der einsamen Masse" (música de la soledad de masas).

3. Igualmente sería deseable investigar en qué medida el desarrollo del disco ha producido en el ámbito de la música cierta centralización cultural, y contribuido a la desaparición del provincialismo musical.

4. Con respecto a la difusión de las obras musicales por intermedio del disco, convendría ahondar en el problema de las funciones pedagógicas de la música grabada (M. Alt, 1959). Se trata, en este caso, de un ámbito de investigación en el que el análisis crítico sería particularmente necesario en razón de la actitud tradicionalmente conservadora de numerosos educadores.

5. Por último, creemos que sería indispensable profundizar, en lo que se refiere al disco, en las motivaciones del consumidor. Se han sostenido tantas teorías diversas a este respecto que haría falta, de una vez por todas, saber en qué casos o en qué tipo de personas el consumo

del disco está motivado por el hedonismo, o por la búsqueda de prestigio (colecciones constituidas dentro de un espíritu de *potlach*), o bien por la voluntad de evasión, o, en fin, por la necesidad de huir de la realidad social.

Bibliografía

Adorno, Th. W. *Dissonanzen*, Vandenhoeck und Ruprecht, Gotinga 1956.

Alt, M. "Die Schallpltte im Musikunterricht", en *Musik-Erziehung*, Viena, vol. 12, nº 4, junio 1959, pp. 224-229.

Bächlin, P. *Der Film als Ware*, Basilea, 1946.

Bauer, R. A.; Bauer, A. "America, 'mass society' and mass media", en Ch. S. Steinberg (ed.), *Mass media and communication*, pp. 429-446, Nueva York, Hastings House, 1966.

Benjamin, W. "Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit". En Th. W. Adorno, et G. Adorno (eds.), Walter Benjamin: *Schriften*, pp. 366-405. Surkamp. Francfort, 1955. ["La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica", *Eco*, nº 95 y 96, Bogotá, marzo y abril 1968.]

Berelson, B. R.; Lazarsfeld, P. F.; McPhee, W. N. *Voting*, University of Chicago Press, Chicago, 1954.

Cœuroy, A.; Clarence, G. *Le phonographe*, Simon Kra, París, 1929.

——; Jardillier, R. *Histoire de la musique avec l'aide du disque*, Delagrave, París, 1931. *Communications*. Seuil, París, 1961.

Culshaw, J. "The mellow knob, or the rise of records and the decline of the concert hall as foreseen by Glenn Gould", en *Records and recording*, vol. 10, nº 2, noviembre, 1966, pp. 26-28.

Denuzière, M. "La troisième face du disque", en *Le monde*, París, 21/22-25 enero, 1968.

Fierz, G. "Der Klangmagier von London. Oder: von der Würde der Schallplatte", en *Fono forum*, vol. 10, nº 3, marzo, 1965, pp. 92-94.

Gelatt, R. *The fabulous phonograph*. Filadelfia, 1954.

Gilotaux, P. *L'industrie du disque*. Presses universitaires de France, París, 1962 (Colección "Que Sais-je?", 1971).

Gilson, E. *La société de masse et sa culture*, J. Vrin, París, 1967.

Gurvitch, G. *La vocation actuelle de la sociologie*, 2 vol. 3ª ed., Presses Universitaires de France, París, 1963.

Haas, W.; Klever, U. *Die Stimme seines Herrn: eine Geschichte der Schallplatte*. Ustein, Francfort, 1959.

Jacobs, N. *Culture of the millions?* Princeton University Press, Princeton, 1959.

Kaplan, M. *Leisure in America*, Nueva York, 1960.

Katz, E.; Lazarsfeld, P. F. *Personal influence*, The Free Press of Glencoe, Glencoe, 1955.

Kiefer, K. *Die diffusion von Neuerungen*, C. B. Mohr, Tübingen, 1967.

König, F. "Die Mode in der menschlichen Gesellschaft", en R. König et P. W. Schuppisser (eds.), *Die Mode in der menschlichen Gesellschaft*, pp. 101-221. Modebuch-Verlagsgesellschaft, Zürich, 1962.

Lazarsfeld, P. F. "Les intellectuels et la culture de masse", *Communications*, 5, pp. 3-12, 1965.

——; Merton, R. K. "Mass communication, popular taste, and organized social action". En L. Bryson (ed.), *The communications of ideas*, pp. 95-118, Harper and Brothers, Nueva York, 1948.

List, K. "Zur Soziologie der Schallplatte", en *Osterreichische Musikzeitschrift*, vol. 23, nº 3, pp. 140-145, Viena, 1968.

Löwenthal, L. *Literature, popular culture, and society*. Prentice Hall, Englewood Cliffs (N. J.), 1961.

McLuhan, M. *The Gutenberg galaxy*, Routledge and Kegan Paul, Londres, 1962.

——; *Understanding media*, Routledge and Kegan Paul, Londres, 1964.

Merton, R. K. *Social theory and social structure*. Collier-Macmillan, Londres, 1964. [*Teoría y estructura sociales*, FCE, México, 1965.]

Müller, J. H. *Fragen des musikalischen Geschmacks*. Westdeutscher Verlag. Colonia, 1963.

Parsons, T. "Die Bedeutung der Polarisierung für das Sozialsystem: die Hautfarbe das Polarisierungsproblem". En: A. Silbermann (ed.), *Militanter Humanismus*, pp. 64-83. Fischer, Francfort, 1966.

Peschler, E. A. "Warum müssen Schallplatten so teuer sein?" En: *Die Weltwoche*", p. 37, 31 de mayo, Zürich, 1968.

Read, O. *From tin foil to stereo: evolution of the phonograph*, Indianápolis, 1959.

Reichardt, R. *Die Schallplate als kulturelles und ökonomisches Phänomen*. Polygraphischer Verlag, Zürich, 1962.

Rosenberg, B.; White, D. M. *Mass culture*. The Free Press of Glencoe, Glencoe, 1957.

Silbermann, A. "Schallplatte und Gesellschaft". En: A. Silbermann, *Ketzereien eines Soziologen*, pp. 165-187. Econ, Düsseldorf, 1965.

——; Luthe, H. O. Massenkommunikation. En: R. König (ed.) *Handbuch der empirischen Sozialforschung*, vol. II, Enke, Stuttgart, 1968.

Sonstevold, G.; Blaukopf, K. *Musik der "einsamen Masse"*. G. Braun, Karlsruhe, 1968.

Vuillermoz, E. (ed.). *Almanach du disque,* Pierre Horay, París, 1951.

Weber, M. "Die rationalen und soziologischen Grundlagen der Musik". En: M. Weber, *Wirtschaft und Gesellschaft,* vol. II, 4ª ed., pp. 877 y ss. J. C. B. Mohr, Tübingen, 1956. [*Economía y sociedad,* FCE, 1969.]

Wilensky, H. L. "Mass society and mass culture: interdependence or independence". En: *American sociological review*, vol. 29, nº 2, pp. 173-197, 1964.

Zahn, E. *Soziologie der Prosperität.* Deutscher Taschenbuchverlag, Munich, 1964.

Bruce Watson

Los públicos de arte

Si bien existe una venerable tradición en lo referente a una sociología de las artes plásticas en general, las investigaciones realizadas en este campo no han sido siempre igualmente fecundas. [1] Esas investigaciones, en su mayoría de origen europeo, han insistido en las modificaciones de los estilos y de los valores, [2] y también en el estudio psicoanalítico del papel del artista y del proceso de creación. [3] Como estas preocupaciones se vinculan en gran medida con las del historiador del arte, y llegan a veces a confundirse con ellas, hay muchos sociólogos que rehúyen esa especialización. Pero cuando se quiere investigar la relación entre arte y estructuras sociales, son los sociólogos quienes cuentan con la formación y la perspectiva necesaria para emprender trabajos sobre sociología del arte. Hay un tema para cuyo estudio el sociólogo cuenta con una buena preparación: es el del público de arte.

Historiadores y sociólogos del arte suelen emplear en singular la expresión "público de arte". Esta expresión tiene tres significaciones diferentes. Inicialmente fue utilizada en singular y en sentido indefinido para designar a todos aquellos que, de una u otra manera, entran en contacto con el arte. [5] Esta concepción, frecuente en los estudios sobre el arte del siglo XIX, opone al artista y el público dentro de la sociedad y presenta casi siempre a este último como un elemento hostil, incomprensivo y aún inculto. La prensa es considerada como portavoz de *ese* público, que se vale de sus críticas estereotipadas. Las escenas de escándalo que desencadenaron los salones franceses del siglo XIX e ilustraron los dibujos humorísticos de Honoré Daumier, han conferido alguna autenticidad a esa oposición. Por otro lado Andrew Carduff Ritchie ha propuesto una segunda concepción del público de arte, menos rudimentaria. [6] En su opinión, está formado por todos aquellos que se interesan en las obras de un artista particular, interés que los lleva a coleccionarlas. Se puede entonces hablar de Matisse y *su* público, de Picasso y *su* público, etcétera. De este modo, público sería sinónimo de conjunto de aficionados. Una tercera definición restringe el sentido de la expresión a las élites en materia de estética: artistas, mecenas, coleccionistas, personal de los

museos y las galerías, y algunos críticos.[7] Esa acepción se basa en el hecho de que hay en la sociedad mucha gente que la pasa muy bien sin ocuparse nunca de una obra de arte. En este sentido, el público sólo comprende a quienes se interesan de manera regular y profunda en las manifestaciones artísticas, definición que generalmente da por supuesto que todos los demás constituyen una masa amorfa.

Es evidente el desacuerdo que existe sobre el empleo de la expresión "público de arte". Cada acepción abarca un aspecto diferente de la misma clase de comportamiento. La primera, útil quizás en lo que se refiere al arte francés, en ciertas condiciones de lugar y de tiempo, no es necesariamente generalizable, pues no distingue suficientemente entre los diversos tipos de reacciones y de valores. La segunda es tal vez demasiado restrictiva. Si bien es útil determinar exactamente quiénes fueron los aficionados de las obras de un artista con el fin de comprender mejor las formas de mecenazgo y de adquisición de esas obras, así como la política seguida por los museos y galerías en materia de exposiciones, esta acepción no llega a explicar los casos en que el aficionado da muestras de eclecticismo y se "compromete" menos profundamente. En cuanto a la tercera acepción, exagera un aspecto de la sociedad a costa de los demás, y constituye una generalización excesiva.

Por consiguiente, en este artículo procuraremos encontrar la salida de este dédalo terminológico. Creemos que así podremos ofrecer un argumento heurístico que incitará a los sociólogos aún reticentes a interesarse en un ámbito de investigaciones extraordinariamente rico. Esperamos también elaborar un conjunto confiable de categorías descriptivas que permitirá tanto a los sociólogos como a los historiadores del arte determinar mejor la relación que existe entre el arte, los artistas y la sociedad.

No existen muchos estudios empíricos sobre un público de arte contemporáneo. Por ese motivo, el presente análisis de la naturaleza de un público de arte se basará en datos históricos, como los estudios sociológicos dedicados a la cultura en general.

Una de las manifestaciones sobre las que estamos mejor informados, y que pueden dar lugar a algunas significativas generalizaciones, es la exposición sobre el arte de fines del siglo XIX y comienzos del XX realizada en 1913, en la sala de armas ("armory") del 69º regimiento de la Guardia Nacional de Nueva York. Se la conoce generalmente como "Armory Show" [8] y fue organizada a iniciativa de cuatro artistas norteamericanos: Walt Kuhn, Elmer Mac Rae, Jerome Myers y Henry Taylor. Poco tiempo después, algunos jóvenes artistas fundaron la Asociación norteamericana de pintores y escultores, y los nombres de Arthur Davies, abogado, y John Quinn, coleccionista, obtendrían la celebridad.

El interés histórico del Armory Show reside en que fue la primera exposición norteamericana de pintura europea contemporánea. Si bien su objetivo era hacer conocer al país el arte norteamericano contemporáneo, y, por otro lado, las obras de Ingres, Delacroix, Goya, Courbet y los impresionistas fueron presentadas para ofrecer a los visitantes cierta perspectiva histórica, los artistas sobre los que recaía la atención eran Cézanne, Matisse, Picasso, Picabia y la familia Duchamp-Villon.

Al acto de inauguración de la exposición, reservado a los periodistas y efectuado en la noche del domingo 16 de febrero, asistieron unas mil personas. La recepción que tuvo lugar en la noche siguiente reunió a otras cinco mil. [9] Y un mes más tarde, el 15 de marzo, cuando la exposición fue clausurada, había sido visitada por 87.620 personas. [10] Como las cifras lo sugieren, el público era heterogéneo. Según Walter Kuhn, la exposición fue visitada "por actores, músicos, *maîtres* de hotel y vendedoras . . . elementos de todas las capas de la sociedad, desde las más sofisticadas hasta las más populares". [11] El Armory Show se

convirtió en el lugar de moda al que la "sociedad" acudía a exhibirse. Enrico Caruso hizo caricaturas de los cuadros y los obsequió a sus admiradores. Los alumnos de las escuelas fueron con sus maestros. Los alumnos de bellas artes acudieron a la exposición a estudiar las nuevas tendencias, y las prostitutas y los proxenetas a contemplar los "cuadros obscenos".[12]

Por lo general se recuerda al Armory Show por las numerosas condenaciones de que fue objeto. Es posible distinguir tres tipos de reacciones negativas.

La primera se basaba en una razón estética simple: los cuadros y esculturas eran obras de arte mediocres o, peor aún, no tenían ningún carácter artístico. La Galería Knoedler, de Nueva York, se negó a hacer publicidad para la exposición con el pretexto de que promovía tendencias extremistas en el arte. Puede estimarse que a la cabeza de los detractores estaba Royal Cortissoz, crítico de arte que colaboraba en diversos periódicos de la época. En su opinión, Cézanne era un aficionado honesto que no conocía su oficio. Van Gogh le parecía medianamente competente, pero su estilo era torpe, de manera que había estropeado bastante tela para hacer mamarrachos. Otro crítico, Kenyon Cox, atribuía a Cézanne una incompetencia irremediable y a Henri Rousseau una inepcia inocente. Las distorsiones anatómicas, los colores deslumbrantes y todo lo que había de abstracción en esas obras parecían detestables a esa gente educada en el arte académico norteamericano.

La segunda actitud desfavorable, la más peligrosa, consistía en ridiculizar la exposición. Muchos visitantes no vieron en ella más que una enorme humorada. En *Everybody's*, periódico muy leído en esa época, Julian Street describía el *Desnudo bajando una escalera* como "una explosión en una carpintería". Este comentario, tan citado, daría el tono de las críticas. En *La señorita Pogany*, de Brancusi, otro crítico de arte vio un huevo duro en equilibrio sobre un terrón de azúcar. Se montaron diversas exposiciones de carácter paródico, como la organizada en beneficio del Faro de la Asociación neoyorquina para los ciegos; el primer premio se concedió a una pintura realizada por una niña de diez años. El jurado de otra expo-

sición paródica adjudicó un premio a un cuadro presuntamente pintado por un chimpancé. Los norteamericanos se burlaban de lo que no comprendían.[13]

El tercer tipo de reacción desfavorable que suscitó el Armory Show fue una reacción de indignación moral. Los desnudos de Gauguin y de Matisse fueron juzgados grotescos e indecentes. Se recuerda que la señora Carey Sheffield, una poetisa norteamericana menor, declaró que la exposición constituía una amenaza para la moral, y que, compuesta como estaba de excrecencias del arte, ejercía una influencia degradante, envilecedora y nefasta.[14] Por su parte, el crítico Kenyon Cox veía en la exposición un alegato anarquista y formulaba el reproche supremo: esa exposición era antinorteamericana.

Pero se suele olvidar que a pesar de esta avalancha de comentarios hostiles y de la controversia suscitada por el Armory Show, hubo algunos críticos que pensaron que en él se encontraban muchas cosas buenas. No obstante, como lo ha hecho notar muy bien Milton Brown, para justificar la exposición se apeló sobre todo a la filosofía, y no a la estética.[15] Se ha señalado la evolución natural, y aun biológica, del arte: en esta perspectiva, el movimiento de la pintura en el siglo XIX no era más que una preparación natural para Matisse y los cubistas.

Una defensa más clásica, cuya intención era, tal vez, enfrentar la acusación de antinorteamericanismo, consistió en invocar los derechos del individualismo. Alfred Stieglitz expresó lo esencial de ese argumento en el *Sunday Times* (Nueva York) del 26 de enero: "la independencia personal, tanto en la expresión como en la aceptación o el rechazo de lo expresado: he aquí el principio decisivo de aquellos que se esfuerzan en revivir a ese cadáver en descomposición que es el arte".[16] De este modo, el individualismo pasaba a ser un equivalente del espíritu creador y del genio artístico.

Aun las tendencias delirantes denunciadas por los detractores fueron utilizadas para defender la exposición. El crítico Christopher Brinton vio en ella una elementalidad salvaje, una música óptica y una matemática afectiva que traducían las experiencias subjetivas y los sentimientos

de los artistas. Para Joel Springarn, de la Columbia University, se trataba de un triunfo suplementario de una revolución intelectual para la cual los artistas habían tenido "el valor de expresarse sin transigir con ellos mismos". [17]

Es difícil saber si esos comentarios favorables tuvieron alguna influencia. Es verdad, sin embargo, que los organizadores de la exposición la consideraron un gran éxito: además de haber atraído a miles de visitantes, las ventas habían sido numerosas y llegaban a un total de 44.148,75 dólares. [18] Las mejor vendidas fueron las obras de Odilon Redon (trece pinturas y pasteles y veinte grabados). Paradójicamente, si se considera las críticas de que fueron objeto, las obras de los miembros de la familia Duchamp-Villon también se vendieron bien: Raymond Duchamp-Villon vendió todas sus esculturas menos una, Jacques Villon sus nueve cuadros, y Marcel Duchamp sus cuatro pinturas, entre ellas el *Desnudo bajando una escalera*, que un coleccionista de San Francisco compró —sin haberlo visto— en 324 dólares.

La opinión general es que, más allá de las acusaciones de degeneración y extravagancia, el Armory Show modificó profundamente las actitudes norteamericanas ante el arte. Es indudable que esa exposición introdujo el arte moderno en Estados Unidos y, a la larga, contribuyó a formar muchas colecciones valiosas, como la de Lillie Bliss, que enriqueció considerablemente el Museo de Arte Moderno de Nueva York.

Análisis de los públicos de arte

Un público puede definirse como "una estructura social amorfa cuyos miembros tienen en común un gusto suscitado por una comunicación y un contacto impersonales... Sin ser grupos, los públicos están más estructurados que los agregados. Cuando los individuos que componen un público se encuentran o entran en relación por carta o por teléfono, se sienten 'en comunión' y 'hablan un idioma

común'. Es lo que hace del público una estructura social, aunque manifiestamente muy amorfa, y no una categoría lógica o un término clasificatorio." [19]

Un público es, pues, un tipo de estructura más o menos esbozado. Se distingue de otros grupos que presentan un grado superior de organización por su carácter difuso, por retomar la terminología de Karl Mannheim. [20] El caso del Armory Show pone de manifiesto tres factores que contribuyen a dar a los públicos de arte ese carácter difuso o amorfo.

1. El primer factor de la formación de un público es, como vimos, la comunicación impersonal. Esta expresión no significa que el contacto directo está totalmente ausente, sino que las opiniones, los sentimientos y las creencias pueden ser transmitidos por medios de comunicación a los que el individuo no tiene, o tiene escasamente, acceso directo, salvo como comprador. Como ejemplo se puede citar el ámbito de la política, en el que diversos grandes medios de información sirven para difundir la información y para modelar la opinión. En el caso de la obra de arte, hay una exageración de este principio. Si una pintura o una escultura participan en el acto de comunicación, lo hacen como un tercero silencioso. Por consiguiente, los espectadores deben comenzar por entrar en contacto con la obra de arte, no con el artista, antes de entrar en contacto unos con otros.

A partir de allí, se presentan diversas posibilidades. Puede ocurrir que la obra sea tan esotérica que nadie la comprenda. O también que algunos la comprendan y otros no; o aun que todos los espectadores tengan acceso a ella. En este último caso, se puede hablar de obra exotérica. De esta manera, se puede concebir toda una serie de reacciones ante la obra de arte, que van de la reacción ingenua (que consiste en considerar a una obra, frecuentemente con cierto dogmatismo, como si se tratara de un objeto elevado al nivel de la percepción) hasta la actitud del aficionado advertido o experimentado (que considera a la obra de arte como un tipo particular de creación y se preocupa por captar los principios y los elementos de su

composición). La diversidad de reacciones que implica la oposición espectador-obra de arte sugiere claramente que puede no haber comunicación entre el espectador y la obra de arte, y menos aún entre el espectador y el artista. Es, por cierto, lo que se produjo en el Armory Show, a juzgar por las chanzas malignas y los elogios más sofisticados que suscitó la exposición. Agreguemos que si alguien experimenta dificultades para comprender una obra de arte, eso significa que pueden existir obstáculos para la comunicación entre los espectadores. Claro que como éstos están en una situación idéntica, pueden tener una misma reacción de humor, furor o consternación; pero esa experiencia común no hace adelantar en la comprensión de la obra que suscita tales reacciones. Por otra parte, puede haber dificultad de comunicación cuando el espectador adjudica intenciones erróneas al artista. Sucede, en efecto, que en lugar de descifrar el contenido simbólico de la obra, el espectador *proyecta* en la obra, y por tanto en el artista, sus propios sentimientos o pensamientos. En ese caso lo que los espectadores se comunican no es el contenido de la obra de arte, sino sus propios estados de ánimo, a menudo inconscientes. Esta asimilación abusiva de los estados anímicos con el contenido de la obra favorece la confusión, dado que existen entonces muchas maneras diferentes de reaccionar ante esa obra.

Hay, por último, otro factor que puede obstaculizar la comunicación: es el hecho de que, tanto en esta como en otras circunstancias, no hay necesariamente relación entre los sentimientos latentes y la reacción que se manifiesta. Nada nos autoriza a pensar que los coleccionistas que compraron tantas obras de arte en el Armory Show las comprendían mejor que los visitantes que venían a mofarse y a denigrarlas. Recordemos que el comprador del *Desnudo bajando una escalera* no había visto la tela. De este modo, actitudes tan opuestas como el humor insípido y los fáciles comentarios seudointelectuales pueden no ser más que un barniz superficial que encubre sentimientos difíciles —y aun imposibles— de expresar.

2. El público de arte se compone inicialmente de elementos heterogéneos, que no han sido objeto de ninguna selección. [21] Los individuos que lo integran creen que obtendrán de ese modo el medio de lograr los valores o las satisfacciones que desean. Es posible que algunos visitantes del Armory Show obedecieran al deseo de familiarizarse con las nuevas corrientes del arte europeo. Tal era el caso, por ejemplo, de los coleccionistas y de los críticos más favorables. También es posible que aún muchos más fueran los visitantes que acudieron a distraerse. La exposición se convertía así en un lugar de distensión. Para otros era una manera de elevar su prestigio social desde el momento en que era "lo que había que hacer", ya que el Armory era "el lugar en que había que exhibirse". De modo que los individuos que componen los públicos de arte pueden guiarse por toda clase de motivos.

Cualesquiera que sean las motivaciones individuales, los públicos de arte, por lo general, no son objeto de selección alguna. El precio de las entradas es módico, tanto para las exposiciones especiales como el Armory Show, como para las galerías y los museos públicos. En la actualidad, en los Estados Unidos se registran, por término medio, unos 60 millones de entradas anuales en los museos, sin hablar de las personas que asisten a manifestaciones artísticas locales gratuitas.

Si cualquiera puede formar parte, a priori, de un público artístico, en cambio la naturaleza de la participación varía según los individuos. Esto se debe, en gran parte, a los valores que han determinado esa participación. Es así como una colectividad, heterogénea al comienzo, se diferencia rápidamente en diversas clases de públicos. Dejando a un lado el elemento común de satisfacción, se puede advertir que casi no había relación, o no la había en absoluto, entre los que iban al Armory Show a distraerse y los que lo hacían para desarrollar su cultura o enriquecer su colección.

3. La falta general de comunicación entre los espectadores, unida al carácter heterogéneo del público de arte, son factores que refuerzan la inconsistencia de ese público.

Éste no representa una "comunidad de gustos", sino más bien una pluralidad de tales "comunidades". Casi siempre le faltan esa "comunión" y ese "idioma común" que Bain estimaba necesarios para la creación de la estructura relativamente amorfa que constituye un público.

Hay tres obstáculos a la constitución de una comunidad de gustos que se extienda al conjunto del público de arte. En primer lugar, la composición de ese público no permite que se establezca una corriente de intercambio de sentimientos, actitudes y opiniones. Ahora bien, como lo consignó Louis Wirth, es esa libertad de comunicación la que favorece la formación del sentimiento constitutivo del "Nosotros", en virtud del cual un cierto número de individuos actúa como un todo; [22] en un público de arte, la interacción tiene un carácter verdaderamente muy difuso como para que se constituya en ella un sentimiento general de comunidad. Un segundo obstáculo se origina en el hecho de que cuando se expresa un sentimiento, una actitud o una opinión, no hay ninguna manera de cerciorarse de que esa manifestación es la expresión directa de un sentimiento latente. Por consiguiente, es posible que muchos de los que se rieron ante las pinturas expuestas en el Armory Show sólo lo hayan hecho por espíritu de imitación. Del mismo modo, entre aquellos que reaccionaron de manera favorable es posible que algunos lo hicieran con el exclusivo propósito de mostrarse más conocedores de lo que en realidad eran. En principio, la reacción ante una obra de arte puede ocultar siempre un sentimiento de perplejidad o una ignorancia fundamental. El tercer obstáculo a la formación de una comunidad general de gustos reside en la naturaleza misma del objeto de arte. En efecto, se trata de una obra única, pero que a menudo está expuesta entre muchas otras. Podemos preguntarnos entonces si la reacción del espectador apunta a toda una categoría de obras o, en cambio, a un elemento aislado de esa categoría. Cuando algunos visitantes del Armory Show se sintieron chocados por las telas de Matisse, ¿lo que les desagradaba era el espectáculo de una galería llena de colores nunca vista hasta entonces, o más bien reaccionaban sucesivamente ante cada obra, o aun extendían al conjunto de la colección la reacción que

habían experimentado ante un solo cuadro? No podemos responder con certeza a estas cuestiones. La compra de una obra determinada tampoco es un índice de simpatía. En el caso de un público literario, un sentimiento de este tipo puede traducirse en una cifra de ventas o de préstamos; pero la venta de una obra no significa nada, salvo que alguien ha aceptado pagar su precio. Hay, ciertamente, una cantidad de razones por las que se puede leer un libro: deseo de informarse, de distraerse, o de hacer lo que hacen los demás. Esas motivaciones también pueden explicar la compra de un cuadro, pero no por eso el acto deja de ser individual, mientras que la venta de un libro es un fenómeno colectivo.

Es poco probable que el conjunto de los visitantes de una exposición se sientan atraídos por un gusto común. Pero como los visitantes se diferencian en varios públicos de niveles diferentes, como ya vimos, la cuestión de la "comunidad" adquiere un nuevo sentido. Se puede enunciar la proposición siguiente: la ausencia de comunidad caracteriza a un público en el que la interacción es secundaria, pero una comunidad de gustos puede realizarse en un público en el que la interacción tiene un carácter primario. No es, pues, muy probable que encontremos una unanimidad de opiniones en aquellas personas que van a una exposición únicamente para distraerse. En cambio, es muy posible que se origine un sentimiento de comunión en visitantes que son artistas, mecenas o coleccionistas, pues forman un público en el que las interacciones son más profundas y más frecuentes.

La tipología

Cuando evocamos el Armory Show, señalamos que las actitudes que traducen un juicio sobre la exposición podían dividirse en actitudes desfavorables y actitudes favorables. Al examinar la naturaleza difusa de los públicos de arte, observamos que los visitantes de la exposición habían obedecido a motivos diversos. Las actitudes que implican

un juicio pueden ser consideradas como extremos, que expresan las predisposiciones profundas, pero socialmente adquiridas, de un individuo frente a una clase de objetos. Por lo general, esas predisposiciones dan origen a algún tipo de acción que en el caso de los públicos de arte toma la forma de comportamientos verbales. Los valores difieren en función del género de actividad ejercido por los visitantes de la exposición. Los miembros del comité de organización del Armory Show, así como cierto número de coleccionistas y de críticos, consideraban al arte como un fin en sí. Podía considerarse, pues, que los valores a los que adherían esas personas tenían una naturaleza intrínseca. En el extremo opuesto se situaban aquellos que buscaban valores que no tenían nada que ver con el arte como tal. Lo que les interesaba eran valores extrínsecos, como el placer de distraerse. También existen personas que sufren simultáneamente la influencia de los dos tipos de valores. Es decir que puede haber una categoría de valores *intrínseca-extrínseca*. Basta pensar, por ejemplo, en aquellos que visitan una exposición tanto por el deseo de cultivarse como por gustar del arte. A partir de las diversas categorías de actitudes y de valores se puede distinguir seis tipos de públicos de arte:

Valores	Actitud	
	Positiva	Negativa
Intrínseco	Público del arte por el arte.	Actitud seudocrítica.
Extrínseco	Público del "arte considerado como medio de distracción".	Público "ávido de prestigio social".
Intrínseco/extrínseco	Público del "arte considerado como medio de educación".	Público "didáctico".

Fig. 1. Tipología de los públicos de arte.

Esta tipología se aparta un poco de los tipos de públicos analizados por Bernard Rosenberg y Morris Fliegel.[23] En efecto, estos autores distinguen cuatro clases de públicos: los aficionados, los compradores y coleccionistas, los espectadores y los críticos.[24] También la clasificación de Rosenberg y Fliegel, así como la tipología propuesta por nosotros, es muy evocadora, aunque si queremos profundizar en el análisis de la relación entre los artistas y sus públicos no evita algunas dificultades. La principal proviene, tal vez, del hecho de que esos autores no establecen una exhaustiva distinción entre las diversas categorías y dentro de éstas. Ubican, por ejemplo, a todos los críticos en la misma categoría, mientras que el caso del Armory Show muestra la conveniencia de distinguir más cuidadosamente entre quienes estimulan las búsquedas de los artistas y quienes son sistemáticamente hostiles a casi todas las innovaciones artísticas. En alguna medida el mismo reproche puede aplicarse a la categoría de los compradores y coleccionistas. Los hechos citados por Rosenberg y Fliegel muestran a las claras que existen compradores y coleccionistas cuyas motivaciones responden a actitudes diferentes frente al arte: algunos son auténticos conocedores, mientras que otros se guían por un puro afán de prestigio, cuando no buscan simplemente realizar una inversión. Las categorías de Rosenberg y Fliegel dejan en pie otro problema, en la medida en que se basan en lo que percibe el artista. El método se justifica si estamos interesados en la manera como el artista observa la sociedad y sus estructuras profundas; pero los artistas no pueden ser observadores bastante rigurosos para hacerse una idea precisa de la naturaleza de su público. Hay distinciones que se les pueden escapar. Por ejemplo, los conservadores de museos y los negociantes de cuadros no son considerados como elementos del público de un artista.[25]

Puede verse, en la explicación dada sobre nuestra tipología, que ésta presenta algunos puntos comunes con las categorías de Rosenberg y Fliegel; pero nosotros establecemos más distinciones, tanto entre las diversas categorías como dentro de cada una de ellas.

Valor intrínseco: actitud positiva. Esta categoría puede definirse como la del público del arte por el arte. En cierta medida, corresponde a la de los aficionados de Rosenberg y Fliegel, pero su reclutamiento es más amplio.[26] Compuesto de artistas, coleccionistas, mecenas y expertos, este público es el que está más cerca del acto creador. Por otra parte, es aquel en el que la interacción tiene el carácter más íntimo, pues sus miembros a menudo se conocen muy bien, ya sea en el marco de una comunidad (como en el caso del público del Armory Show) o bien en el plano internacional (como ocurre actualmente). Esta intimidad deriva de una profunda adhesión al arte; incluso se trata, casi siempre, de una manera de vivir. En este sentido podemos admitir, con Kenneth Clark, que el arte es creado por una minoría para una minoría.[27] Ya se sabe que la historia del arte muestra frecuentes casos de relaciones muy estrechas entre pintores y mecenas. En la sociedad contemporánea, el artista se ha liberado de esa dependencia tradicional respecto del mecenas, y tiende a imaginarse, con cierto romanticismo, como un puro espíritu. En realidad depende, como muchos otros, de la economía de mercado. A este respecto, un pintor —interrogado por Rosenberg y Fliegel— dio una respuesta significativa, declarando que poco le importaba quién compraba sus telas: de todos modos, se trataba de alguien anónimo.[28] En la economía de mercado, los contactos entre el artista y los directores de galerías, los conservadores de museos, los coleccionistas, los hombres de negocios y los demás artistas que pueden favorecer esos contactos no son solamente deseables desde el punto de vista artístico; también corresponden a una necesidad económica. Son, en efecto, las personas que pertenecen a esta categoría las que estimulan al artista, compran sus telas y hacen su reputación. No obstante, todos esos intereses están organizados en función del arte y volcados a él, con el fin de hacer prosperar la actividad artística.

Valor extrínseco: actitud positiva. Esta categoría corresponde a lo que se puede llamar el público del "arte considerado como medio de distracción". Comprende a las

personas que buscan ocupar su ocio. Esa actividad no es un fin en sí, sino un medio de establecer o de mantener relaciones agradables, por ejemplo en familia o entre amigos. Frecuentemente es una pura casualidad que, para lograrlo, se piense en visitar una exposición artística. Un museo científico, un acuario o un cine llenarían, igualmente, esa necesidad. Este carácter aleatorio contribuye a que este público sea el más difuso de todos, y a que sea el que menos posibilidades tiene de asistir al surgimiento de un sentimiento general de comunión entre sus miembros: no tienen ninguna necesidad de expresar sus sentimientos latentes, ni de emitir una opinión sobre las obras de arte. En realidad, cuando los miembros de ese público visitan una exposición, es muy posible que miren muchas obras, pero es muy poco lo que ven. Esas visitas son para ellos simplemente un pasatiempo distinguido. El carácter difuso de este público se explica asimismo por su importancia numérica. Según las cifras del Armory Show, es, en efecto, verosímil que la mayoría de los visitantes hayan pertenecido a esa categoría. De esta manera, la importancia numérica de este público y el carácter efímero del contacto reducen la posibilidad de formas más íntimas de interacción y de comunicación.

El público del "arte considerado como medio de distracción" se acerca mucho a lo que Rosenberg y Fliegel llaman simplemente "los espectadores"; salvo que ellos engloban en este rubro literalmente a todo lo que no entra en las otras tres categorías. [29] El término "espectador" es, en efecto, demasiado amplio y no permite distinguir las diversas motivaciones a que obedecen los visitantes de una exposición, como surge del análisis de nuestra categoría siguiente.

Valores intrínseco/extrínseco: actitud positiva. Se trata, en este caso, de las personas que se interesan en los aspectos educativos del arte. Rosenberg y Fliegel los ubican en la categoría de los "espectadores". A pesar de un parentesco de actitud con el público que busca en el arte una distracción, este otro público se siente atraído por valores muy diferentes. Algunos visitantes del Armory

Show no fueron ni a trabajar ni a extasiarse, sino a estudiar y a instruirse; para ellos, el arte era un medio de alcanzar un objetivo de orden educativo, lo que no les impedía sentirse profundamente interesados por las obras expuestas.

El público del "arte considerado como medio de educación" se origina a menudo en alguna forma de asociación preexistente. Tanto los alumnos primarios como aquellos que siguen cursos de educación artística en algún establecimiento secundario o en la universidad pertenecen generalmente a esta categoría de público, cuyos miembros se reclutan también entre los visitantes de museos (a menudo se ofrecen conferencias en estos establecimientos, en ocasión de exposiciones). Algunos museos llegan a organizar regularmente cursos consagrados al trabajo de taller, a la apreciación de las obras de arte y a elementos de la historia del arte. Es aquí donde aparecen ciertos rasgos atípicos en el público del "arte considerado como medio de educación". Ese motivo puede servir para disimular otros valores y otras actitudes. Algunos, con el pretexto de estudiar la historia del arte o de cultivar el gusto, o de iniciarse en el trabajo de taller, buscan en realidad distraerse. También existen personas que preferirían pertenecer a la élite en lo referente a estética, y que no obstante, por temor a que se les impute esnobismo, se unen al público del "arte considerado como medio de educación": también en este caso se trata de un ocultamiento de otros valores. De todos modos, en lo que se refiere a los miembros de ese público, las formas de interacción y las comuniones de sentimiento que se originan son menos la consecuencia de una pasión por el arte que el efecto de interacciones que tuvieron lugar en una asociación anterior.

Valor intrínseco: actitud negativa. En la Europa del siglo XIX, y particularmente en Francia, esta categoría de público habría estado constituida por los defensores del arte "académico". Para estos espíritus conservadores, el arte es aquello que concuerda con las normas preestablecidas del gusto. Contra este tipo de público reaccionaron

un gran número de artistas franceses, de Courbet a Gauguin. En los Estados Unidos, en la época del Armory Show, no había una academia oficial de renombre nacional que predicara el conservatismo. Pero había diversos críticos, como Royal Cortissoz, que profesaban principios estéticos del mismo orden. Un dibujo realista, temas históricos o alegóricos y un estilo preciso era aquello que debía caracterizar a lo que se consideraba el gran arte: en una palabra, se suponía que el arte debía ser una imitación de la naturaleza. En nuestra tipología consideramos seudocrítica a esta clase de actitud. Su valor es intrínseco y proviene de una profunda adhesión a cierto género de arte. [30] No obstante, va acompañada de una actitud negativa, porque toda obra que se aparte de esa forma de arte es considerada mala o no artística. Sería un error creer que ese tipo de público es una supervivencia del pasado. Es posible encontrar, por lo menos en los Estados Unidos, numerosos ejemplos, en todas las asociaciones de artistas y de pretendidos artistas, como la Association of Western Artists, que denuncian regularmente todas las innovaciones artísticas. Lo que falsea la actitud crítica de esta gente es que rechazan o son incapaces de comprender la naturaleza de la experiencia artística, y tienen una concepción errónea de la historia del arte, en virtud de la cual se consideran depositarios de los cánones de la Grecia clásica, del siglo XVII francés y de la tradición neoclásica.

En virtud de la intensa carga afectiva de las críticas que formula y que se expresan, como en el caso del Armory Show, en términos tan vivaces como "degenerado", "corrompido" y "antinorteamericano", ese público puede concebir un sentimiento de comunión, que sólo es superado por el del público del arte por el arte. También en este caso Rosenberg y Fliegel parecen haber simplificado al exceso con su categoría de "críticos". [31] Es difícil, por ejemplo, ubicar en la misma categoría que los seudocríticos a un crítico moderno como Clément Greenberg, que fue uno de los primeros y más firmes defensores de Jackson Pollock y del expresionismo abstracto. [32]

Valor extrínseco: actitud negativa. El interés que este público siente por el arte es manifiestamente un pretexto que encubre la búsqueda de valores que nada tienen que ver con el arte. Los miembros de este público pueden desear frecuentar a los artistas, y hasta coleccionar sus obras; pero lo que en realidad les interesa no es el artista ni la obra: es el éxito mundano que pueden obtener con esas actividades y esas relaciones. Por esa razón se dice que esas personas son "buscadores de prestigio" ("*status-seekers*"). La actitud negativa de este público proviene de su falta de interés profundo por el arte; no se preocupa más que de figurar en la vanguardia del gusto. Incapaz de fidelidad, busca incesantemente nuevos artistas y nuevos movimientos artísticos que admirar. Tal vez sea este público el que origina la antipatía que los artistas entrevistados por Rosenberg y Fliegel manifestaban respecto de los compradores. [33] "Actualmente —declara uno de los artistas interrogados— el coleccionista es alguien que sólo piensa en la figuración social; para él es una necesidad vital". [34] Como dijo John Canaday, "esos compradores, en busca de la cultura del momento, encuentran satisfacción... en el artículo seudoesotérico que responde a su necesidad general de prestigio". [35]

Valores intrínseco/extrínseco: actitud negativa. Podemos tener una idea de esta última categoría de personas recordando la declaración de la señora Sheffield: el Armory Show hacía peligrar la moral. Se trataba, evidentemente, de una reacción negativa, muy frecuente en esa época, aun por parte de los sociólogos. Algunos años antes, E. A. Ross había escrito que el arte debería ser un faro para el personal moral, y había condenado lo que consideraba movimientos decadentes de expresión subjetiva imputables a individuos atacados de "egomanía". [36] Este tipo de actitud no ha desaparecido completamente en nuestros días. En 1953, en Dubuque, Iowa, *The pocket book of old masters* fue retirado de las estanterías por considerárselo obsceno y perjudicial a la moralidad pública, a causa de las reproducciones de desnudos que contenía. [37] La actitud negativa de esta categoría de público proviene de la creen-

cia de que el arte sólo debería representar ciertas categorías de temas. Por la adhesión de este público a esa forma de arte, los valores que defiende pueden ser considerados, en cierta medida, intrínsecos y favorables a las tendencias de lo que hemos llamado el público seudocrítico. Por otro lado, esa adhesión se ve reforzada por el valor extrínseco, que hace considerar al arte como un medio de elevar la moralidad. Por eso podemos llamar "didáctico" a esta clase de público de arte.

Conclusión

Hemos analizado un cierto número de conceptos aplicables al estudio de los públicos de arte, que nos ayudan a comprender las situaciones históricas, pero aún falta saber si se los puede utilizar en el análisis de los fenómenos contemporáneos. En este sentido, la tipología que proponemos debe ser considerada como una sugerencia. De esta manera, desde el punto de vista heurístico puede servir para formular hipótesis, como lo muestran las siguientes conceptualizaciones preliminares:

1. No existe ninguna relación directa entre las orientaciones de valores y de actitudes y el sentimiento de una comunidad de gustos experimentado por los miembros de un público de arte.
2. El sentido de una comunidad de gustos es tanto más intenso cuanto más profunda es la inclinación al arte que experimentan los miembros de ese público, independientemente de la orientación de los valores y de las actitudes en cuestión.
3. Cuanto más se desarrollan esa comunidad de gustos y esa inclinación al arte, más posible resulta que la estructura amorfa del público evolucione hacia una organización más formal.
4. No hay necesariamente relación de los objetivos y la orientación de los valores y de las actitudes de los públicos de arte.

5. Cuando la razón de ser de un público es obtener objetivos inmediatos, como la distribución, el sentimiento de comunión que experimentan sus miembros es muy débil.

Por muy útil que puedan ser estas conceptualizaciones, hay algo que parece seguro: la expresión "público de arte" es una simplificación excesiva que da cuenta en escasa medida de la realidad social. Esta conclusión es importante por dos razones. Primero, por una cuestión de fondo. Si la noción de un público de arte único es inexacta, entonces las hipótesis basadas en esta noción referentes a la relación entre el arte, los artistas y la sociedad, también son inexactas, o por lo menos discutibles. Para remediar esta situación, es preciso, como vimos, iniciar más investigaciones empíricas, como las ya hechas sobre sociología de la literatura. [38] La segunda razón es de orden teórico. La sociología de las artes plásticas ha estado dominada por una concepción poco orgánica del arte y de la sociedad. De manera significativa, las obras que tratan del tema hablan *del* público y *del* artista, mientras que nosotros procuramos informarnos sobre *un* público y sobre *un* artista. [39] Esto se debe a que los autores aplican al tema sistemas teóricos generales y a que, al exponer estas generalidades, pretenden dar cuenta de los puntos particulares. [40] Ofrecen, así, la ilusión de probar el sistema teórico, sin aclarar mucho más el tema. Ya no podemos satisfacernos con un método de esas características.

Notas

1 Se podrá encontrar un inventario de las investigaciones que harían falta, en: J. Barnett, "The sociology of art", en R. K. Merton (ed.) *et al.*, *Sociology today*, Basic Books, Nueva York, 1959, pp. 197 y ss.

[2] P. Sorokin, *Fluctuations of art forms*, vol. I de *Social and cultural dynamycs*, American Books, Nueva York, 1937-1941; A. Hauser, *The social history of art*, Knopf, Nueva York, 1951, 2 vol.

[3] A. Hauser, *Philosophy of art history*, Knopf, Nueva York, 1959, pp. 41 y ss. La mayoría de estas obras tratan, en realidad, de la historia del arte. Una de las más sugestivas es la de O. Benesch, *The art of the Renaissance in Northern Europe*, Harvard University Press, Cambridge, 1947.

[4] Este artículo desarrolla y actualiza observaciones que presenté anteriormente en mi estudio *Kunst, Künstler und soziale Kontrolle*, Westdeutscher Verlag, Köln-Opladen, 1961, pp. 63-70.

[5] Véase: S. Hunter, *Modern French painting*, Dell, Nueva York, 1956; y M. W. Smith, *The artist in tribal society*, The Free Press, Nueva York, 1961, p. IX.

[6] A. C. Ritchie, *Matisse, his art and his public*, Museum of Modern Art, Nueva York, 1951. Véase también la definición de un "appreciative public" que dio Read Bain en J. Gould y W. Kolb (eds.), *Dictionary of the social sciences*, Free Press, Nueva York, 1964, p. 558.

[7] Kenneth Clark: "Art and society", *Harper's*, vol. 223, agosto 1961, pp. 74-82. Para comentarios más detallados sobre la naturaleza de estas élites, véase: Watson, *op. cit.*, pp. 57-63.

[8] La obra que trata más exhaustivamente el Armory Show es la de M. W. Brown, *The story of the Armory Show*, Hirshhorn Foundation, Nueva York, 1963; contiene una bibliografía completa. Véase también: Russell Lynes, *The tastemakers*, Harper and Bros., Nueva York, 1955, cap. XII; y O. W. Larkin, *Art and life in America*, Rinehart, Nueva York, 1949, cap. XXVIII.

[9] Brown, *op. cit.*, p. 95.

[10] *Ibíd.* Lynes (*op. cit.*, p. 207) da la cifra de 100.000 visitantes; pero no tuvo a su disposición los documentos de Elmer Mac Rae, quien había desempeñado las funciones de tesorero; la documentación fue conocida en 1957.

[11] Citado en Lynes, *op. cit.*, p. 206.

[12] Cuando los cuadros expuestos fueron enviados a Chicago, la Comisión del Estado de Illinois para la represión del vicio los sometió a una investigación. Ésta, aparentemente, no tuvo otro efecto que caldear un clima ya apasionado (*ibíd.*, p. 219).

[13] Para las observaciones de esta clase y para los demás comentarios desfavorables sobre la exposición, véase Brown, *op. cit.*, cap. VII.

[14] *Ibíd.*, p. 138.

[15] Brown, *op. cit.*, pp. 156 y ss.

[16] *Ibíd.*, p. 152.

[17] Citado en *ibíd.*, p. 156.

[18] *Ibíd.*, p. 97.

[19] Bain, *op. cit.*, p. 558.

[20] *Systematic sociology*, Routledge and Kegan Paul, Londres, 1957, p. 107. Véase también: R. H. Turner y L. M. Killian, *Collective behavior*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1957, cap. XII y XIII.

[21] Véase: R. T. La Piere, *Collective behavior*, McGraw-Hill, Nueva York, 1938, p. 276.

[22] Louis Wirth, "Consensus and mass communication", *American Sociological Review*, vol. 13, febrero 1948, pp. 1-15.

[23] *The vanguard artist*, Quadrangle Books, Chicago, 1965, cap. VI.

[24] Esta lista recuerda el análisis que hizo H. D. Duncan de las relaciones entre los escritores y la sociedad. Véase *Language and literature in society*, University of Chicago Press, Chicago, 1953, pp. 68-74. Véase también: Watson, *op. cit.*, cap. VI.

[25] Rosenberg y Fliegel, *op. cit.*, cap. VII.

[26] Rosenberg y Fliegel, *op. cit.*, pp. 193-194.

[27] Clark, *op. cit.*, p. 75.

[28] *Op. cit.*, p. 197. Véase también: B. S. Myers, *Problems of the younger American artist*, McGraw-Hill, Nueva York, 1957.

[29] Clark, *op. cit.*, pp. 203 y ss.

[30] La arquitectura contemporánea, asimismo, suscita una actitud crítica fundamentalmente idéntica. Véase a este respecto, Lucio Costa, "L'architecte dans la société contemporaine", en Conférence internationale des artistes (1952): *L'artiste dans la société contemporaine*, Unesco, París, 1954, p. 93.

[31] *Op. cit.*, pp. 108 y ss.

[32] Conviene señalar que también se acusa con mucha frecuencia al arte contemporáneo no figurativo de caer en el clisé y en la reiteración, y de estar sostenido por una pandilla de críticos cuyos procedimientos son tan tortuosos como los de las antiguas academias. Véase a este respecto: E. C. Baker, "Is there a new academy?", en T. B. Hess y J. Ashbery (eds.): *The Academy, Art News Annual XXXIII*, Macmillan, Nueva York, 1967.

[33] *Op. cit.*, pp. 194 y ss.

[34] *Ibíd.*, p. 200.

[35] Citado en *ibíd.*, p. 200.

[36] "Social control", VII: "Art", *American Journal of Sociology*, vol. VIII, nº 1, julio 1897, p. 74.

[37] David Dempsey, "The revolution in books", *Atlantic Monthly*, vol. CXCI, enero 1953, p. 76.

[38] Véase por ejemplo: Leo Löwenthal, *Literature, popular culture and society*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1961.

[39] Véase p. 725, notas 2 y 3. La obra de A. C. Ritchie, *op. cit.*, constituía un progreso en el sentido de un empirismo más acen-

tuado, así como la reciente obra de Harrison White y Cynthia White: *Canvasses and careers*, John Wiley, Nueva York, 1965.

[40] Se podrá encontrar un estudio completo de esta cuestión, en: John Dewey, *Reconstruction in philosophy*, Henry Holt, Nueva York, 1920, cap. VIII.

Indice

Este libro se terminó de imprimir en Standard S. R. L., Jorge Newbery 1728, Bs. Aires, Rep. Argentina, 30 de Enero de 1972.